



**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 основного общего образования
срок обучения – 2 года 10 месяцев

Махачкала, 2025

Настоящая основная профессиональная образовательная программа по специальности среднего профессионального образования (далее – ОПОП) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г. № 552, на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования (ФГОС ООО) и Федеральной основной общеобразовательной программы основного общего образования (ФОП ООО).

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 основного 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 программ 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 основного общего образования, а также - регламентирующим образовательную деятельность Колледжа КАСПИЙ в единстве урочной и внеурочной деятельности при учете установленного ФГОС СОО и ФГОС СПО соотношения обязательной части программы и вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений.

Программа сочетает обучение в образовательной организации и на рабочем месте в профильной организации или на предприятии с широким использованием в обучении цифровых технологий.

Целью ОПОП по специальности 42.02.01 Реклама является:

- подготовка специалистов по рекламе, обладающих профессиональными и общими компетенциями, позволяющими эффективно адаптироваться на современном рынке труда, способного к саморазвитию и самообразованию, к выстраиванию собственной траектории карьерного роста, и способного успешно работать в подразделениях (службах) технического обеспечения предприятий и организаций различных отраслей и форм собственности.

В области воспитания целью ОПОП является формирование общих компетенций и социально-личностных качеств, обучающихся: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникабельности, толерантности, умений работать в коллективе.

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

- обеспечение практико-ориентированной подготовки обучающихся;
- формирование личности, обладающей современным цивилизованным подходом к окружающей действительности, владеющей важнейшими элементами духовной и социальной культуры, характеризующимися гуманным, высоконравственным отношением к людям и ценностям окружающего мира;
- формирование у обучающихся потребности к постоянному развитию и инновационной деятельности в профессиональной сфере, в том числе и к продолжению образования по программам высшего образования;
- формирование готовности принимать решения и профессионально действовать в нестандартных ситуациях.

В основу разработки ОПОП положены следующие принципы:

- принцип учета ФГОС СОО при реализации ФГОС СПО: ОПОП СПО на базе ООО базируется на требованиях, предъявляемых ФГОС СОО к целям, содержанию, планируемым результатам и условиям обучения на уровне основного общего образования, и требованиях, предъявляемых ФГОС СПО к содержанию, планируемым результатам и условиям обучения на уровне среднего профессионального образования;
- принцип ориентации на компетенции как цель и результат профессионального образования предполагает, что в качестве основной идеи разработки образовательной программы выступают цели и результаты, выраженные в форме компетенций;
- принцип социального партнерства проявляется в наличии постоянной связи колледжа и субъектов рынка труда;
- принцип вариативно-личностной направленности образовательной программы заключается в адаптивности программы к личностным индивидуальным особенностям обучающихся как возможность определять собственную образовательную траекторию с точки зрения выбора дальнейшей специализации и расширения возможностей трудоустройства;

- принцип целостности предполагает построение образовательной программы на основе единства и взаимосвязи составляющих ее компонентов;
- принцип комплексного подхода в формировании компетенций определяет логику и структуру профессионального модуля на основе понимания сущности и составляющих его профессиональных компетенций;
- принцип структурно-функционального соответствия технологии профессиональной деятельности позволяет определить содержательное наполнение компонентов профессионального модуля с точки зрения анализа и понимания структуры будущей трудовой деятельности;
- принцип модульного построения образовательной программы позволяет структурировать содержание подготовки специалистов в соответствии с четко определенными целями и результатами профессионального образования;
- принцип гибкости характеризует структурные особенности образовательной программы и определяет, как внешние, так и внутренние условия формирования содержания подготовки специалистов и организации процесса обучения;
- принцип научности и практико-ориентированности требует установления целесообразного соотношения объективного научного знания современных достижений и перспектив развития отрасли и направленности на подготовку к профессиональной практической деятельности;
- принцип междисциплинарности и интеграции ориентирует проектирование содержания образовательной программы на синтез знаний широкого круга наук, сопряженных с профессиональной деятельностью, специалист по рекламе;
- принцип минимальной достаточности требует такого объема содержания при подготовке специалиста, который обеспечивает освоение профессиональных компетенций и профессиональную мобильность выпускников, проявляющуюся в способности адаптироваться к изменяющейся ситуации в сфере труда, готовности продолжать профессиональное образование;
- принцип опоры на знания, умения, компетенции, формируемые основной образовательной программой, означает, что проектируемая программа подчиняется общей цели профессионального образования, развивая, углубляя, дополняя результаты образования; знания, умения, компетенции, освоенные в процессе освоения ОПОП, выступают базой (фундаментом) для формирования компетенции в рамках модуля.

Реализация образовательной программы осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: специалист по рекламе.

Право на реализацию ОПОП 42.02.01 Реклама предоставлено Колледжем КАСПИЙ лицензией на образовательную деятельность (выписка из реестра размещена на сайте образовательной организации).

Форма обучения: *очная*.

Общий объем образовательной программы, реализуемой на базе основного общего образования: 4428 академических часа.

Срок реализации ОПОП по специальности 42.02.01 Реклама на базе ООО по очной форме обучения в Колледже КАСПИЙ вне зависимости от применяемых образовательных технологий – 2 года 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 КАСПИЙ. 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.

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

Таблица № 1

Структура и объем ОПОП

Структура ОПОП	Объем ОПОП (в часах)		Примечание
	по ФГОС СПО	по УП Колледжа КАСПИЙ	
Дисциплины (модули)	не менее 1476	2304	Увеличение - за счет
Практика	не менее 432	432	вариативных часов
Государственная итоговая аттестация	216	216	
Общий объем образовательной программы			
на базе основного общего образования, включая получение среднего общего образования на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования	4428	4428	
<i>Объем общеобразовательного цикла*</i>	<i>1476</i>	1476	

ОПОП содержит обязательную и вариативную части (в общеобразовательном цикле – обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений).

Указанные части выделены в соответствии с требованиями ФГОС СОО и требованиями ФГОС СПО и составляют соответственно 60% и 40% в Общеобразовательном цикле, не более 70% и не менее 30% в части профессиональной подготовки, регулируемой ФГОС СПО.

Образовательная программа имеет практико-ориентированную направленность, составляющую 53% в части ФГОС СПО.

Образовательная деятельность при освоении образовательной программы или отдельных ее компонентов организуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка обучающихся организуется при реализации дисциплин (модулей) общепрофессионального цикла, практики, иных компонентов учебного плана, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Доля практической подготовки в ОПОП (в части ФГОС СПО) составляет 1488 час. (54%): практические занятия по дисциплинам общепрофессионального цикла (444 час.) и МДК (592 час.), выполнение курсовых проектов (20 час.), учебная и производственная практики (432 часа).

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

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

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Выпускник, освоивший образовательную программу по специальности 42.02.01 Реклама, 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.

При разработке ОПОП учтены требования Профессиональных стандартов: 06.043 Специалист по интернет-маркетингу, 08.035 Маркетолог, 11.013 Графический дизайнер, 06.013 Специалист по информационным ресурсам, 11.010 Фотограф.

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы у выпускника в соответствии с ФГОС СПО должны быть сформированы общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК). В рамках общеобразовательного цикла формируются личностные (ЛР), метапредметным (МПР) и предметные результаты (ПР).

4.1. Планируемые результаты общеобразовательного цикла

ОПОП, разработанная на основе ФГОС СОО, устанавливает требования к результатам освоения обучающимися учебных предметов общеобразовательного цикла:

- **личностным**, включающим:
 - осознание обучающимися российской гражданской идентичности;
 - готовность к саморазвитию, самостоятельности и самоопределению;
 - наличие мотивации к обучению и личностному развитию;
 - целенаправленное развитие внутренней позиции личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций, формирование системы значимых ценностно-смысловых установок, антикоррупционного мировоззрения, правосознания, экологической культуры, способности ставить цели и строить жизненные планы;
- **метапредметным**, включающим:
 - освоенные обучающимися межпредметные понятия и универсальные учебные действия (регулятивные, познавательные, коммуникативные);
 - способность их использования 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;
- **предметным**, включающим:
 - освоение обучающимися в ходе изучения учебного предмета научных знаний, умений и способов действий, специфических для соответствующей предметной области.

Личностные результаты освоения образовательной программы отражают готовность и способность обучающихся руководствоваться сформированной внутренней позицией личности, системой ценностных ориентаций, позитивных внутренних убеждений, соответствующих традиционным ценностям российского общества, расширение жизненного опыта и опыта деятельности в процессе реализации основных направлений воспитательной деятельности, в том числе в части:

гражданского воспитания (ЛР-ГВ):

- сформированность гражданской позиции обучающегося как активного и ответственного члена российского общества;
- осознание своих конституционных прав и обязанностей, уважение закона и правопорядка;
- принятие традиционных национальных, общечеловеческих гуманистических и демократических ценностей;
- готовность противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам;
- готовность вести совместную деятельность в интересах гражданского общества, участвовать в самоуправлении в общеобразовательной организации и детско-юношеских организациях;

- умение взаимодействовать с социальными институтами в соответствии с их функциями и назначением;

- готовность к гуманитарной и волонтерской деятельности;

патриотического воспитания (ЛР-ПВ):

- сформированность российской гражданской идентичности, патриотизма, уважения к своему народу, чувства ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, свой язык и культуру, прошлое и настоящее многонационального народа России;

- ценностное отношение к государственным символам, историческому и природному наследию, памятникам, традициям народов России, достижениям России в науке, искусстве, спорте, технологиях и труде;

- идейная убежденность, готовность к служению и защите Отечества, ответственность за его судьбу;

духовно-нравственного воспитания (ЛР-Д/НВ):

- осознание духовных ценностей российского народа;
- сформированность нравственного сознания, этического поведения;
- способность оценивать ситуацию и принимать осознанные решения, ориентируясь на морально-нравственные нормы и ценности;

- осознание личного вклада в построение устойчивого будущего;

- ответственное отношение к своим родителям и (или) другим членам семьи, созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни в соответствии с традициями народов России;

эстетического воспитания (ЛР-ЭВ):

- эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, труда и общественных отношений;

- способность воспринимать различные виды искусства, традиции и творчество своего и других народов, ощущать эмоциональное воздействие искусства;

- убежденность в значимости для личности и общества отечественного и мирового искусства, этнических культурных традиций и народного творчества;

- готовность к самовыражению в разных видах искусства, стремление проявлять качества творческой личности;

физического воспитания (ЛР-ФВ):

- сформированность здорового и безопасного образа жизни, ответственного отношения к своему здоровью;

- потребность в физическом совершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью;

- активное неприятие вредных привычек и иных форм причинения вреда физическому и психическому здоровью;

трудового воспитания (ЛР-ТВ):

- готовность к труду, осознание ценности мастерства, трудолюбие;

- готовность к активной деятельности технологической и социальной направленности, способность инициировать, планировать и самостоятельно выполнять такую деятельность;

- интерес к различным сферам профессиональной деятельности, умение совершать осознанный выбор будущей профессии и реализовывать собственные жизненные планы;

- готовность и способность к образованию и самообразованию на протяжении всей жизни;

экологического воспитания (ЛР-ЭВ):

- сформированность экологической культуры, понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды, осознание глобального характера экологических проблем;
- планирование и осуществление действий в окружающей среде на основе знания целей устойчивого развития человечества;
- активное неприятие действий, приносящих вред окружающей среде;
- умение прогнозировать неблагоприятные экологические последствия предпринимаемых действий, предотвращать их;
- расширение опыта деятельности экологической направленности;

ценности научного познания (ЛР-ЦНП):

- сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, способствующего осознанию своего места в поликультурном мире;
- совершенствование языковой и читательской культуры как средства взаимодействия между людьми и познания мира;
- осознание ценности научной деятельности, готовность осуществлять проектную и исследовательскую деятельность индивидуально и в группе.

Метапредметные результаты освоения основной образовательной программы отражают:

Овладение универсальными учебными познавательными действиями:

базовые логические действия (БЛД):

- самостоятельно формулировать и актуализировать проблему, рассматривать ее всесторонне;
- устанавливать существенный признак или основания для сравнения, классификации и обобщения;
- определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения;
- выявлять закономерности и противоречия в рассматриваемых явлениях;
- вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности;
- развивать креативное мышление при решении жизненных проблем;

базовые исследовательские действия (БИД):

- владеть навыками учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем;
- способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;
- овладение видами деятельности по получению нового знания, его интерпретации, преобразованию и применению в различных учебных ситуациях, в том числе при создании учебных и социальных проектов;
- формирование научного типа мышления, владение научной терминологией, ключевыми понятиями и методами;
- ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;
- выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу, выдвигать гипотезу ее решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения;
- анализировать полученные в ходе решения задачи результаты, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях;
- давать оценку новым ситуациям, оценивать приобретенный опыт;
- разрабатывать план решения проблемы с учетом анализа имеющихся материальных и нематериальных ресурсов;

–осуществлять целенаправленный поиск переноса средств и способов действия в профессиональную среду;

–уметь переносить знания в познавательную и практическую области жизнедеятельности;

–уметь интегрировать знания из разных предметных областей;

–выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения;

–ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативные решения;

• **работа с информацией (РИ):**

–владеть навыками получения информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;

–создавать тексты в различных форматах с учетом назначения информации и целевой аудитории, выбирая оптимальную форму представления и визуализации;

–оценивать достоверность, легитимность информации, ее соответствие правовым и морально-этическим нормам;

–использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности;

–владеть навыками распознавания и защиты информации, информационной безопасности личности.

Овладение универсальными коммуникативными действиями:

• **общение (О):**

– осуществлять коммуникации во всех сферах жизни;

– распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты;

– владеть различными способами общения и взаимодействия;

– аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации;

– развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств;

• **совместная деятельность (СД):**

– понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы;

– выбирать тематику и методы совместных действий с учетом общих интересов, и возможностей каждого члена коллектива;

– принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по ее достижению: составлять план действий, распределять роли с учетом мнений участников обсуждать результаты совместной работы;

– оценивать качество своего вклада и каждого участника команды в общий результат по разработанным критериям;

– предлагать новые проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности, практической значимости;

– координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия;

– осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях, проявлять творчество и воображение, быть инициативным.

Овладение универсальными регулятивными действиями:

• **самоорганизация (СО):**

- самостоятельно осуществлять познавательную деятельность, выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;

- самостоятельно составлять план решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений;

- давать оценку новым ситуациям;

- расширять рамки учебного предмета на основе личных предпочтений;

- делать осознанный выбор, аргументировать его, брать ответственность за решение;

- оценивать приобретенный опыт;

- способствовать формированию и проявлению широкой эрудиции в разных областях знаний, постоянно повышать свой образовательный и культурный уровень;

- самоконтроль (СК):

- давать оценку новым ситуациям, вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям;

- владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований;

- использовать приемы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;

- уметь оценивать риски и своевременно принимать решения по их снижению;

- эмоциональный интеллект (ЭИ), предполагающий сформированность:

- самосознания, включающего способность понимать свое эмоциональное состояние, видеть направления развития собственной эмоциональной сферы, быть уверенным в себе;

- саморегулирования, включающего самоконтроль, умение принимать ответственность за свое поведение, способность адаптироваться к эмоциональным изменениям и проявлять гибкость, быть открытым новому;

- внутренней мотивации, включающей стремление к достижению цели и успеху, оптимизм, инициативность, умение действовать, исходя из своих возможностей;

- эмпатии, включающей способность понимать эмоциональное состояние других, учитывать его при осуществлении коммуникации, способность к сочувствию и сопереживанию;

- социальных навыков, включающих способность выстраивать отношения с другими людьми, заботиться, проявлять интерес и разрешать конфликты;

- принятие себя и других людей (ПСИДЛ):

- принимать себя, понимая свои недостатки и достоинства;

- принимать мотивы и аргументы других людей при анализе результатов деятельности;

- признавать свое право и право других людей на ошибки;

- развивать способность понимать мир с позиции другого человека.

Предметные результаты освоения образовательной программы устанавливаются для учебных предметов на базовом и углубленном уровнях.

Предметные результаты освоения основной образовательной программы для учебных предметов на *базовом уровне* ориентированы на обеспечение преимущественно общеобразовательной и общекультурной подготовки.

Предметные результаты освоения основной образовательной программы для учебных предметов на *углубленном уровне* ориентированы преимущественно на подготовку к последующему профессиональному образованию, развитие индивидуальных способностей, обучающихся путем более глубокого, чем это предусматривается базовым курсом, освоения основ наук, систематических знаний и способов действий, присущих данному учебному предмету.

Предметные результаты освоения основной образовательной программы должны обеспечивать возможность дальнейшего успешного профессионального обучения и профессиональной деятельности.

Личностные, метапредметные и предметные результаты определены для каждого учебного предмета в рабочих программах.

4.2. Планируемые результаты освоения образовательной программы в части ФГОС СПО

4.2.1. 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.

В связи с тем, что область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность, тесно связана с информационными технологиями, цифровой модуль не включен в ОПОП в качестве самостоятельного, но содержание ОПОП позволяет сформировать его компетенции:

- коммуникация и кооперация в цифровой среде;
- саморазвитие в условиях неопределенности;
- креативное мышление;
- управление информацией и данными;
- критическое мышление в цифровой среде.

Перечень общих компетенций (ОК), которыми должен обладать специалист по рекламе, и их содержание приведены в таблице № 2 с учетом базовых компетенций для цифровой экономики.

Общие компетенции и их структура

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения	Базовые компетенции для цифровой экономики	Показатели компетенций цифровых компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить структуру плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в	Креативное мышление в цифровой среде Критическое мышление в цифровой среде	– 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 цифровой образовательной среде; – умение критически относиться к информации, получаемой из цифровой среды; – навыки генерировать новые нетиповые идеи; – умение мыслить нестандартно, обосновывать принимаемые инновационные решения

		профессиональном и/или социальном контексте методы работы в профессиональной и смежных сферах порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности		
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения: определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска оценивать практическую значимость результатов поиска применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач Знания: номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и	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

		программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства		
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:	Саморазвитие в условиях неопределенности	– способность к саморазвитию в информационной среде – способность человека ставить себе образовательные цели под возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития (в том числе с использованием цифровых средств) других необходимых компетенций
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности		
		применять современную научную профессиональную терминологию		
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования		
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи		
		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		
		современную научную и профессиональную терминологию		

		возможные траектории профессионального развития и самообразования		
		основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности		
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	Умения:		
		проявлять гражданско-патриотическую позицию		
		демонстрировать осознанное поведение		
		описывать значимость своей специальности		
	традиционных российских	применять стандарты антикоррупционного поведения		

	духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Знания: сущность гражданско-патриотической позиции традиционные общечеловеческие ценности, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения: соблюдать нормы экологической безопасности определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности 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 документацией государственном и иностранном языках	на и	Умения:
			понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
			участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
			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

Общие компетенции тесно связаны с личностными и метапредметными результатами.

Таблица № 3

Взаимосвязь общих компетенций, личностных и метапредметных результатов обучающихся

индекс	Формулировка ОК (по ФГОС СПО)	Сопряженные личностные и метапредметные результаты
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	ЛР-ТВМПР-БЛД, БИД
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	ЛР-ЦНП МПР-БИД, РИ

ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	ЛР-ТВ, ДНВ МПР-СО, СК, ЭИ
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	ЛР-ГВ, ПВ МПР-СД, О, ПСиДЛ
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	ЛР-ГВ, Д/НВМПР-О
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	ЛР-ГВ, Д/НВ
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	ЛР-ЭВ МПР-БЛД, БИД
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	ЛР-ФВ МПР-О, СО, СД, СК
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	ЛР-ГВ, ЦНП МПР-БИД

4.2.2. Профессиональные компетенции

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

Выпускник, освоивший программу СПО по специальности 42.02.01 Реклама должен обладать профессиональными компетенциями:

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	Навыки: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и

		потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания: - 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	Навыки: - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания: - методы и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	Навыки: - 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 определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций Умения: - преобразовывать требования заказчика в бриф Знания: - принципы выбора каналов коммуникации; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при разработке 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	Навыки: - 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: - 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: - 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 интеллектуального права	Навыки: - 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 заказчика или редактора Умения: - 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 Знания: - 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
	ПК 1.7д.	Навыки:

	<i>Вести сообщество в социальных сетях для вовлечения подписчиков, использовать различные механики взаимодействия с подписчиками, в т.ч. оригинальные</i>	- 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 Умения: - 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 Знания: - 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.
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: - планирования системы маркетинговых коммуникаций Умения: - определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; - определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач; - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); - определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления

		системой маркетинговых коммуникаций	
		Знания: - 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 коммуникаций; - 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	
	ПК.2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных коммуникационных кампаний, акций и мероприятий установленных форматах	Навыки: - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.	
		Умения: - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА;	

		- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. Знания: - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логика и структура плана рекламной кампании; - логика и структура медиаплана; - структура брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании
	ПК 2.3д. Проводить маркетинговый анализ, аналитику действующей стратегии онлайн-продвижения	Навыки: - 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. Умения: - 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 Знания: - 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; - базовые понятия и термины digital-маркетинга
	ПК 2.4д. <i>Вести кампании таргетированной рекламы в сети от планирования до анализа результатов</i>	Навыки: - 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 Умения: - 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 Знания: - 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
	ПК 2.5д. <i>Разрабатывать и продвигать веб-сайты, использовать их для публикации контента в интересах заказчика</i>	Навыки: - самостоятельного создания или участия в разработке веб-сайтов различного назначения; - публикации и редактирования контента на сайте с использованием CMS; - астройки и использования хостинга и домена; - размещения рекламных материалов, продающих страниц, информационных блоков в интересах клиента Умения: - определять цели и задачи сайта в соответствии с запросами заказчика; - создавать прототипы и структуру сайта; - размещать и форматировать текстовый и медиаконтент (изображения, видео, слайдеры) с учетом требований заказчика; - настраивать базовую SEO-оптимизацию страниц сайта Знания: - 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
	ПК 2.6д. <i>Выстраивать позиционирование бренда в связи с поставленными клиентскими задачами, упаковывать и развивать бренд</i>	Навыки: - разработки и реализации стратегий позиционирования бренда для реальных клиентов или проектов; - создания визуальной идентичности бренда; - составления brandbook'a или аналогичного документа по стандартизации брендинга Умения: - 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

		Знания: - 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	Навыки: - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет
		Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет
		Знания: - 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	Навыки: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных

		носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК
		Знания: - 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
	ПК 3.3. Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Навыки: - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет
		Умения: - использовать поисковые системы Интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в Интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;

		- создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет Знания: - 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
	ПК 3.4д. <i>Разрабатывать маркетинговую стратегию для решения бизнес-задач клиента, оптимизировать используемые инструменты для достижения целей маркетинговой стратегии</i>	Навыки: - 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 Умения: - анализировать текущее положение дел на рынке и формировать обоснованную маркетинговую стратегию; - ставить SMART-цели и выстраивать логическую цепочку достижения бизнес-задач через маркетинговые действия; - выбирать наиболее эффективные инструменты продвижения под конкретные цели клиента; - создавать комплексный план действий, объединяющий различные инструменты маркетинга в единую стратегию

		Знания: - 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
	ПК 3.5д. <i>Разрабатывать стратегические планы, контент-планы, рубрикальные планы, графики реализации кампаний онлайн-продвижения</i>	Навыки: - 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 Умения: - 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 Знания: - структура и этапы разработки стратегического плана продвижения; - принципы составления контент-планов для различных цифровых каналов (социальные сети, сайт, блог, email-рассылки); - 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
	ПК 3.6д. <i>Организовывать и проводить оффлайн и</i>	Навыки: - самостоятельной или совместной организации и проведения оффлайн и/или онлайн-мероприятий;

	онлайн-мероприятия для решения маркетинговых задач	- 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 регистраци
		Умения: - 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 Знания: - этапы организации мероприятий: планирование, подготовка, проведение, аналитика; - особенности проведения оффлайн и онлайн-мероприятий, их преимуществ и ограничений; - инструментов и платформ для проведения онлайн-мероприятий
	ПК 3.7д. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Навыки: - проведения сегментации рынка и выделения целевых аудиторий для продуктов/услуг; - сбора и обработки первичных данных о потребителях (опросы, интервью, фокус-группы); - анализа вторичных источников информации (отраслевые отчеты, статистика, данные конкурентов); - составления портретов потребителей (persona) и карт эмпатии.
		Умения: - применять методы качественного и количественного исследования рынка; - проводить сегментацию потребителей по демографическим, психографическим, поведенческим и географическим признакам; - разрабатывать инструменты сбора данных: анкеты, гайды для интервью, сценарии фокус-групп; - анализировать деятельность конкурентов и выявлять их ценностные предложения для целевых аудиторий;
		Знания: - основные понятия и категории маркетинга: рынок, спрос, предложение, целевая аудитория, сегментация, позиционирование;

		- методы и этапы проведения маркетинговых исследований (первичные и вторичные данные); - типология потребностей потребителей (по пирамиде Маслоу, модели Jobs To Be Done и др.); - принципы построения выборки и репрезентативности данных при сборе информации;
	ПК 3.8д. <i>Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта</i>	Навыки: - анализа нормативно-правовой базы, регулирующей рекламную деятельность и интеллектуальную собственность; - проверки рекламных материалов (текстов, изображений, видео, аудио) на соответствие требованиям законодательства; - подготовки и оформления договоров с подрядчиками, партнерами, правообладателями и исполнителями в рамках рекламного проекта. Умения: - применять нормы Федерального закона «О рекламе» (№ 38-ФЗ) и смежных нормативных актов при подготовке рекламных материалов; - анализировать договоры и соглашения на предмет соответствия интересам заказчика и требованиям законодательства; - выявлять признаки недостоверной, недобросовестной, скрытой рекламы и иных нарушений рекламного законодательства. Знания: - структура и содержание Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе», включая особенности рекламы отдельных товаров и услуг; - нормы Гражданского кодекса РФ, регулирующие интеллектуальную собственность (часть IV ГК РФ): авторское право, товарные знаки, средства индивидуализации; - требования Федерального закона № 152-ФЗ «О персональных данных» при использовании информации о потребителях в рекламе.
	ПК 3.9д. <i>Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта</i>	Навыки: - проведения установочных встреч (kick-off meetings) с заказчиком для уточнения целей, задач, целевой аудитории и ключевых показателей эффективности рекламного проекта; - составления и согласования технического задания (ТЗ), брифа, календарного плана и сметы проекта;

		- организации регулярных статус-встреч и презентаций промежуточных результатов для поддержания обратной связи с заказчиком; - документального фиксирования правок, замечаний и утверждений заказчика (протоколы встреч, письма, системы таск-трекинга).
		Умения: - эффективно проводить деловые коммуникации в устной и письменной форме (встречи, звонки, электронная переписка, мессенджеры); - грамотно составлять и структурировать проектные документы: брифы, ТЗ, дорожные карты, отчёты о проделанной работе; - применять техники активного слушания и задавания уточняющих вопросов для точного понимания потребностей заказчика; - презентовать идеи, концепции и результаты работы в формате, адаптированном под уровень и интересы заказчика.
		Знания: - основы деловой коммуникации и профессиональной этики в сфере рекламы и маркетинга; - структура и требования к оформлению проектной документации: бриф, ТЗ, календарный план, акт сдачи-приёмки; - принципы управления клиентскими ожиданиями и методы работы с возражениями (техники СПИН, AIDA, работа с возражениями по методу «Согласие-Аргумент-Вывод»).
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Навыки: - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умения: - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.

		Знания: - 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
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	Навыки: - 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
		Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность
		Знания: - отраслевая терминология; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Навыки: - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы
		Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;

		- размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях Знания: - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности Интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - 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
	ПК 4.4д. <i>Создавать фото и видеоконтент по поставленному техзаданию, готовить фото- и видеоконтент к публикации, в т.ч. обрабатывать фото и видео базовыми инструментами</i>	Навыки: - 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 Умения: - 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 Знания: - основы композиции, света, цвета и ракурса при создании фото- и видеоматериалов; - форматы изображений и видео, используемых в цифровом маркетинге; - требования к контенту для различных социальных сетей и цифровых платформ (разрешение, пропорции, длительность, стиль)
	ПК 4.5д. <i>Создавать и обрабатывать растровые и векторные изображения, использовать их для разработки брендинговых, рекламных и презентационных</i>	Навыки: - самостоятельного создания растровых и векторных изображений для решения практических задач; - разработки рекламных баннеров, сторис, постов, логотипов, иллюстраций, слайдов презентаций и других графических материалов Умения: - 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;

	продуктов, публиковать цифровых каналах	в - подбирать и комбинировать шрифты, цвета, стили и графические элементы в едином фирменном стиле; - адаптировать графические материалы под требования разных цифровых платформ Знания: - 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
	ПК 4.6д. Осуществлять рекламных идей	поиск Навыки: - проведения креативных сессий и мозговых штурмов с использованием различных методик генерации идей (классический брейнсторминг, метод 635, мозговая запись, обратный мозговой штурм); - анализа успешных рекламных кампаний и кейсов для выявления эффективных креативных приёмов и трендов; - исследования рынка, потребительских инсайтов и культурных трендов для формирования основы креативных концепций; - разработки креативных брифов, карт идей (idea maps), мудбордов и концепт-карт для визуализации замыслов. Умения: - применять методики креативного мышления и генерации идей в зависимости от задачи и контекста проекта; - анализировать целевую аудиторию и выявлять потребительские инсайты для формирования релевантных креативных посылов; - проводить бенчмаркинг и конкурентный анализ для поиска «белых пятен» и возможностей дифференциации; - генерировать множественные варианты креативных решений на основе брифа и ограничений проекта.

		Знания: - теоретические основы креативности и психологию творческого мышления: этапы креативного процесса, барьеры и стимулы генерации идей; - классификация и характеристики рекламных идей: УТП, эмоциональные послылы, рациональные аргументы, сторителлинг; - методы и техники креативного поиска: брейнсторминг, майндмэппинг, метод 6 шляп, ТРИЗ, дизайн-мышление; - принципы работы с креативным брифом: структура, ключевые вопросы, ограничения и критерии успеха.
--	--	---

Виды деятельности и профессиональные компетенции специалиста по рекламе, формируемые в соответствии с ФГОС СПО, соответствуют отдельным ОТФ и ТФ профессиональных стандартов.

Таблица № 5

Соответствие видов деятельности и ПК специалист по рекламе по ФГОС СПО профессиональным стандартам

Код и наименование ПС	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ		Коды ПК (с разбивкой по видам деятельности)
08.035 Маркетолог <i>приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.11.2023 № 790н</i>	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования	ПМ.01	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3
			ПМ.02	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3д
			ПМ.03	ПК 3.4д, ПК 3.5д, ПК 3.7д
		ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПМ.01	ПК 1.4
			ПМ.02	ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3д, ПК 2.4д
			ПМ.03	ПК 3.5д, ПК 3.7д, ПК 3.9д
			ПМ.02	ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3д; ПК 2.5д
			ПМ.03	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.7д
	ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-	ТФ В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения	ПМ.02	ПК 2.3д
			ПМ.03	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4д, ПК 3.5д, ПК 3.8д, ПК 3.9д
		ТФ В/02.4 Размещение контекстно-медийных	ПМ.01	ПК 1.5д, ПК 1.6д
			ПМ.02	ПК 2.4д
			ПМ.03	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.8д

	телекоммуникационной сети «Интернет»	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	ПМ.01	ПК 1.5д
			ПМ.02	ПК 2.6
			ПМ.03	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.7д, ПК 3.8д
			ПМ.02	ПК 2.3д, ПК 2.5д
			ПМ.03	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.7д, ПК 3.9д
			ПМ.02	ПК 2.3д, ПК 2.5д.
			ПМ.03	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.7д, ПК 3.8д, ПК 3.9д.
			ПМ.02	ПК 2.1, ПК 2.2
			ПМ.03	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4д, ПК 3.7д, ПК 3.9д.
		ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	ПМ.01	ПК 1.6д
			ПМ.02	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4д
			ПМ.03	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.8д, ПК 3.9д.
			ПМ.04	ПК 4.5д
06.013 Специалист по информационным ресурсам <i>приказ Минтруда России от 19.07.2022 № 420н</i>	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте	ПМ.01	ПК 1.6д
			ПМ.02	ПК 2.1
			ПМ.03	ПК 3.5д, ПК 3.8д
			ПМ.04	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4, ПК 4.5д
			ПМ.02	ПК 2.3д
			ПМ.03	ПК 3.7д
		ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта	ПМ.01	ПК 1.6д
			ПМ.02	ПК 2.1, ПК 2.5д
			ПМ.03	ПК 3.8д.
			ПМ.04	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4д; ПК 4.5д, ПК 4.6д
		ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте	ПМ.01	ПК 1.6д
			ПМ.02	ПК 2.1, ПК 2.5д
			ПМ.03	ПК 3.8д
			ПМ.04	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
			ПМ.01	ПК 1.6д, ПК 1.7д

		ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств социальных сетях	ПМ.02	ПК 2.1
			ПМ.03	ПК 3.5д, ПК 3.8д, ПК 3.9д
			ПМ.04	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
			ПМ.04	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4д, ПК 4.5д, ПК 4.6д
			ПМ.02	ПК 2.6д
			ПМ.03	ПК 3.5д
			ПМ.04	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4д, ПК 4.5д, ПК 4.6д

4.3. Матрица компетенций выпускника

4.3.1. Формирование общих компетенций в ходе реализации образовательной программы

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.

Некоторые ОК могут одновременно быть направленными на развитие как личностных качеств, так и профессиональных (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.

На этапе изучения общеобразовательных дисциплин закладывается минимальный уровень, который служит основой для последующего развития и совершенствования ОК в рамках изучения дисциплин социально- гуманитарного и общепрофессионального циклов, модулей профессионального цикла.

Таблица № 6

Матрица формирования ОК при изучении дисциплин, модулей

индекс	Наименование дисциплины, ПМ/МДК, практики	О К 0 1	О К 0 2	О К 0 3	О К 0 4	О К 0 5	О К 0 6	О К 0 7	О К 0 8	О К 0 9
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл									
СГ.01	История	О	О	О		О	О			О
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	О	О		О					О
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	О	О		О			О	О	
СГ.04	Физическая культура				О				О	
СГ.05	Основы финансовой грамотности	О	О	О		О				
СГ.06	Основы бережливого производства	О			О			О		
ОП.00	Общепрофессиональный цикл									
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	О	О			О				
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	О	О			О				
ОП.03	История экранных искусств	О	О							
ОП.04	Рекламная деятельность	О	О							
ОП.05	Психология рекламы	О	О							
ОП.06	Русский язык и культура речи	О	О			О				
ОП.07	Основы управления командой	О	О							О

ОП.08	Основы веб-аналитики	О	О							
ОП.09	Индивидуальный проект по бизнес-ролям	О	О							
ОП.10	Фотосъемка и обработка фотографий	О	О							
ОП.11	Введение в интернет-маркетинг	О	О			О				О
ОП.12	Копирайтинг	О	О			О				О
ОП.13	Маркетинговые исследования	О	О							О
ОП.14	Веб-дизайн	О	О							
ОП.15	Экономика	О	О							
П.00	Профессиональный цикл									
ПМ.00	Профессиональные модули									
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта									
МДК.0 1.01	Стратегический маркетинг	О	О			О				
МДК.0 1.02	Чат-бот маркетинг	О	О			О				
МДК.0 1.03	Event-маркетинг	О	О			О				
МДК.0 1.04	Инфлюенс-маркетинг	О	О			О				
МДК.0 1.05	Мобильный маркетинг	О	О			О				
ПМ02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий									
МДК.0 2.01	Разработка digital-стратегии	О	О			О				
МДК.0 2.02	Документационное обеспечение управления процессами	О	О			О	О			О
МДК.0 2.03	Правовое обеспечение рекламной деятельности	О	О			О	О			О
МДК.0 2.04	Решение прикладных задач	О	О			О				
МДК.0 2.05	Разработка авторских рекламных проектов	О	О			О				
ПМ03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий									
МДК.0 3.01	Таргетированная реклама	О	О			О				
МДК.0 3.02	CRM-маркетинг	О	О			О				
МДК.0 3.03	Брендинг. Стратегии	О	О			О				
МДК.0 3.04	Брендинг. Методики	О	О			О				
МДК.0 3.05	Контекстная реклама	О	О			О				
ПМ04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях									
МДК.0 4.01	Контент - маркетинг	О	О			О				

МДК.0 4.02	Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)	О	О			О				
МДК.0 4.03	Управление бизнес - процессами	О	О			О				
МДК.0 4.04	Психология деловых коммуникаций	О	О		О	О				
МДК.0 4.05	Работа с визуальными ИИ	О	О			О				
ПР.00	Практика									
УП.00	Учебная практика									
УП.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	О	О	О	О	О	О			
УП.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	О	О	О	О	О	О			
УП.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	О	О	О	О	О	О			
УП.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	О	О	О	О	О	О			
ПП.00	Производственная практика									
ПП.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	О	О	О	О	О	О			
ПП.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	О	О	О	О	О	О			
ПП.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	О	О	О	О	О	О			
ПП.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	О	О	О	О	О	О			

4.3.2. Формирование профессиональных компетенций в ходе реализации образовательной программы

Процесс формирования ПК длительный, занимает весь срок обучения, и комплексный. Таблица № 7 содержит матрицу формирования ПК в процессе реализации ОПОП.

Таблица № 7

Матрица формирования ПК при изучении дисциплин, модулей

индекс	Наименование дисциплины, ПМ/МДК, практики	ПК 1.1	ПК 1.2	ПК 1.3	ПК 1.4	ПК 1.5л	ПК 1.6л	ПК 1.7л	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3л	ПК 2.4 л	ПК 2.5 л	ПК 2.6л	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 3.3	ПК 3.4л	ПК 3.5л	ПК 3.6л	ПК 3.7л	ПК 3.8л	ПК 3.9л	ПК 4.1	ПК 4.2	ПК 4.3	ПК 4.4л	ПК 4.5л	ПК 4.6л
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	Основы веб-аналитики									+				+														+	+
ОП.09	Индивидуальный проект по бизнес-ролям																						+				+		+
ОП.10	Фотосъемка и обработка фотографий							+																			+	+	
ОП.11	Введение в интернет-маркетинг							+			+	+						+	+		+	+							+
ОП.12	Копирайтинг										+							+	+	+					+	+	+		+
ОП.13	Маркетинговые исследования										+	+				+	+			+	+	+	+						+
ОП.14	Веб-дизайн	+	+					+				+	+	+		+	+											+	+
ОП.15	Экономика										+	+		+		+	+	+		+		+		+	+	+			+
П.00	Профессиональный цикл																												

[illegible]

Раздел 5. Характеристика основных элементов ОПОП

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

- *учебный план (УП)* - документ, который определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных предметов, 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 учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей* – нормативно-методические документы, являющиеся составной частью образовательной программы и определяющие содержание предмета, дисциплины, планируемые результаты и вырабатываемые компетенции, составные части учебного процесса по учебному предмету, дисциплине, взаимосвязь предмета, дисциплины и других предметов или дисциплин 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, учебной 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 дисциплин, междисциплинарных курсов, профессиональных модулей, практики, иных видов учебной деятельности обучающихся;
- формы их промежуточной аттестации;
- сроки прохождения и продолжительность производственной практики;
- форму ГИА и объем времени, отведенный на нее;
- объем каникул по годам обучения.

Общий объем ОПОП составляет 4428 часов, в том числе:

ГИА – 216 час.;

обучение по циклам – 4212 час.,

из них:

практика – 432 часа;

теоретическое обучение (учебные предметы ООЦ, дисциплины/ПМ/МДК) – 3780 час.

Получение среднего профессионального образования на базе основного общего образования осуществляется с одновременным получением обучающимися среднего общего образования в пределах соответствующей образовательной программы среднего профессионального образования. Объем общеобразовательной подготовки составляет 1476 часов.

В рамках образовательной программы выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений (вариативная часть).

Все учебные предметы, дисциплины, МДК и ПМ, практика объединены в циклы:

– общеобразовательный цикл (ООЦ) – 1476 час.;

– социально-гуманитарный цикл (СГ.00) – 492 часа;

– общепрофессиональный цикл (ОП.00) – 752 часа;

– профессиональный цикл (П.00) – 1492 часа,

в том числе:

– профессиональные модули (ПМ.00) – 1060 час.;

– практика (ПР.00) – 432 часа.

Общеобразовательный цикл сформирован с учетом примерного учебного плана социально-экономического профиля (вариант 1), содержащегося в ФОП СОО (в редакции изменений по приказам Минпросвещения РФ № 729 и 808).

Обязательная часть общеобразовательного цикла (886 час. /60%) включает 13 общеобразовательных дисциплин: Русский язык, Литература, Математика, Иностранный язык, Информатика, Физика, Химия, Биология, История, Обществознание, География, Физическая культура, Основы безопасности и защиты Родины. «Математика» и «Обществознание» как профильные учебные предметы социально-экономического профиля реализуются углубленно. Остальные учебные предметы изучаются на базовом уровне. Учебные предметы «Родной язык», «Второй иностранный язык» реализуются только при наличии заявлений от родителей обучающихся.

Учебным планом предусмотрено обязательного выполнения обучающимися индивидуального проекта. Индивидуальный проект должен иметь практическую направленность, может быть сопряжен с характеристикой профессиональной подготовки по специальности.

Время, отводимое на часть общеобразовательного цикла, формируемую участниками образовательных отношений (590 час.), использовано в соответствии с ФОП СОО:

- на увеличение учебных часов, предусмотренных на изучение отдельных учебных предметов обязательной части, в том числе на углубленном уровне (462 час.);

- на введение предметов, курсов, обеспечивающих интересы и потребности участников образовательных отношений (128 час.).

Распределение часов части, формируемой участниками образовательных отношений, в общеобразовательном цикле

Наименование учебного предмета	Кол-во часов в УП	В том числе		Примечание
		обязательных	вариативных	
Русский язык	94	68	26	8+18 экзамен
Литература	116	102	14	3 часа в неделю по ФГОС/ФОП СОО
Иностранный язык	124	102	22	
Математика	284	170	114	96+18 экзамен
Информатика	88	34	54	профессиональная направленность
Физика	80	68	12	
Химия	48	34	14	
Биология	48	34	14	
История	82	68	14	
Обществознание	174	51	123	105 + 18 экзамен
География	46	34	12	
Физическая культура	80	68	12	
Основы безопасности и защиты Родины	54	34	20	
Индивидуальный проект*	30	19	11	
Родной язык/ Второй иностранный язык/ Дизайн в рекламной деятельности	50	-	50	с учетом 18 час. на экзамен
Основы маркетинга	32	-	32	
Основы SMM	46	-	46	
Всего:	1476	886	590	
*Учебным предметом не является				

Часть, формируемая участниками образовательных отношений, представлена в учебном плане учебными предметами:

ДУП.01 (на выбор) «Родной язык»/«Второй иностранный язык»/ «Дизайн в рекламной деятельности» (на выбор);

ДУП.02 «Основы маркетинга»;

ДУП.03 «Основы SMM».

Учебные предметы «Дизайн в рекламной деятельности», «Основы маркетинга», «Основы SMM» введены в качестве пропедевтических с целью приобщения обучающихся

1 курса к будущей специальности и формирования интереса к ней, имеют выраженную профессиональную направленность.

Обязательная часть образовательной программы в части ФГОС СПО направлена на формирование общих и профессиональных компетенций и составляет 69,7% (1908 час.).

Обязательная часть социально-гуманитарного цикла образовательной программы предусматривает изучение следующих дисциплин: "История России", "Иностранный язык в профессиональной деятельности", "Безопасность жизнедеятельности", "Физическая культура", "Основы финансовой грамотности", "Основы бережливого производства".

Общий объем дисциплины "Безопасность жизнедеятельности" - 68 академических часов, из них на освоение основ военной службы (для юношей) отводится не менее 48 академических часов; для подгрупп девушек это время может быть использовано на освоение основ медицинских знаний.

Дисциплина "Физическая культура" способствует формированию физической культуры выпускника и способности направленного использования средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовке к профессиональной деятельности, предупреждению профессиональных заболеваний.

Обязательная часть общепрофессионального цикла предусматривает изучение следующих дисциплин: "Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе", "Информационные технологии в профессиональной деятельности", "История экранных искусств", "Рекламная деятельность", "Психология рекламы", "Русский язык и культура речи".

Профессиональный цикл включает профессиональные модули и практику.

Профессиональный модуль (ПМ) — это часть образовательной программы, которая соответствует определённому виду профессиональной деятельности и имеет логическую завершенность по отношению к результатам обучения. Он предназначен для освоения профессиональных компетенций в рамках конкретного вида деятельности.

Профессиональные модули соответствуют видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО по специальности:

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 состав профессионального модуля входит один или несколько междисциплинарных курсов. Объем каждого профессионального модуля составляет не менее 6 зачетных единиц (192 часа)

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 Стратегический маркетинг	314 МДК + 12экз. по ПМ
	МДК.01.02 Чат-бот маркетинг	
	МДК.01.03 Event-маркетинг	
	МДК.01.04 Инфлюенс-маркетинг	
	МДК.01.05 Мобильный маркетинг	
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	МДК.02.01 Разработка digital-стратегии	242 МДК + 12экз. по ПМ
	МДК.02.02 Документационное обеспечение управления процессами	
	МДК.02.03 Правовое обеспечение рекламной деятельности	
	МДК.02.04 Решение прикладных задач	
	МДК.02.05 Разработка авторских рекламных проектов	
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	МДК.03.01 Таргетированная реклама	230 МДК + 12экз. по ПМ
	МДК.03.02 SMM-для бизнеса	
	МДК.03.03 Брендинг. Стратегии	
	МДК.03.04 Брендинг. Методики	
	МДК.03.05 Техника презентации и защиты проекта	
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	МДК.04.01 Контент - маркетинг	226 МДК + 12экз. по ПМ
	МДК.04.02 Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)	
	МДК.04.03 Управление бизнес - процессами	
	МДК.04.04 Психология деловых коммуникаций	
	МДК.04.05 Работа с визуальными ИИ	

Учебная практика и производственная практика входят в Профессиональный цикл, по содержанию и периодам проведения сопряжены с профессиональными модулями в целях формирования профессиональных компетенций и освоения видов деятельности, предусмотренных ФГОС СПО.

Распределение практики

Индекс и наименование сопряженного ПМ	Виды практики	Кол-во часов	Семестр проведения
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	УП.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	36	6
	ПП.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	36	6
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	УП.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	36	6
	ПП.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	108	6
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	УП.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	72	3
		36	4
	ПП.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	36	4
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	УП.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	36	5
	ПП.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	36	5
	Всего:	432	

Общий объем практик составляет 432 часа (12 недель).

Основной целью *учебной практики* (216час/6нед.) является закрепление знаний, приобретенных в процессе лекционных, лабораторных занятий и самостоятельной работы студента, отработка полученных практических навыков.

Целью *производственной практики* (216час/6нед.) является систематизация, обобщение и углубление теоретических знаний, формирование практических умений, общих и профессиональных компетенций, приобретение студентами практического опыта работы в коллективе.

Учебная и производственная практики проводятся при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей в форме практической подготовки, что подразумевает организацию учебной деятельности в условиях выполнения обучающимися определённых видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебная практика проводится на базе Колледжа КАСПИИ или в профильных организациях; производственная практика – в профильных организациях и (или) у индивидуального предпринимателя.

Учебная и производственная практика могут реализовываться как рассредоточено, так и концентрировано.

Вариативная часть образовательной программы составляет 30,3% (828 час.), дает возможность дальнейшего развития общих и профессиональных компетенций, в том числе за счет расширения видов деятельности, введения дополнительных профессиональных компетенций, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника.

Таблица № 12

Распределение обязательных и вариативных часов

индекс	Наименование дисциплины, ПМ, МДК	Количество часов	
		всего	из них - вариативных
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл	492	186
СГ.01	История	38	
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	212	174
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	68	
СГ.04	Физическая культура	98	12
СГ.05	Основы финансовой грамотности	38	
СГ.06	Основы бережливого производства	38	
ОП.00	Общепрофессиональный цикл	752	358
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	80	
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	60	
ОП.03	История экранных искусств	46	
ОП.04	Рекламная деятельность	120	
ОП.05	Психология рекламы	56	
ОП.06	Русский язык и культура речи	32	
ОП.07	Основы управления командой	32	32
ОП.08	Основы веб-аналитики	32	32
ОП.09	Индивидуальный проект по бизнес-ролям	92	92
ОП.10	Фотосъемка и обработка фотографий	42	42
ОП.11	Введение в интернет-маркетинг	32	32
ОП.12	Копирайтинг	32	32
ОП.13	Маркетинговые исследования	32	32
ОП.14	Веб-дизайн	32	32
ОП.15	Экономика	32	32
П.00	Профессиональный цикл	1492	284
ПМ.00	Профессиональные модули	1060	284
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	326	128
МДК.01.01	Стратегический маркетинг	112	

МДК.01.02	Чат-бот маркетинг	44	
МДК.01.03	Event-маркетинг	74	74
МДК.01.04	Инфлюенс-маркетинг	42	
МДК.01.05	Мобильный маркетинг	42	42
ПМ.01.ЭК	Экзамен по модулю	12	12
ПМ02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	254	62
МДК.02.01	Разработка digital-стратегии	54	
МДК.02.02	Документационное обеспечение управления процессами	50	50
МДК.02.03	Правовое обеспечение рекламной деятельности	56	
МДК.02.04	Решение прикладных задач	38	
МДК.02.05	Разработка авторских рекламных проектов	44	
ПМ.02.ЭК	Экзамен по модулю	12	12
ПМ03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	242	50
МДК.03.01	Таргетированная реклама	38	38
МДК.03.02	CRM-маркетинг	46	
МДК.03.03	Брендинг. Стратегии	46	
МДК.03.04	Брендинг. Методики	46	
МДК.03.05	Контекстная реклама	54	
ПМ.03.ЭК	Экзамен по модулю	12	12
ПМ04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	238	44
МДК.04.01	Контент - маркетинг	38	
МДК.04.02	Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)	46	
МДК.04.03	Управление бизнес - процессами	32	32
МДК.04.04	Психология деловых коммуникаций	42	
МДК.04.05	Работа с визуальными ИИ	68	
ПМ.04.ЭК	Экзамен по модулю	12	12
ПР.00	Практика	432	
УП.00	Учебная практика	216	
УП.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	36	
УП.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	36	
УП.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	108	
УП.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	36	
ПП.00	Производственная практика	216	
ПП.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	36	

ПП.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	108	
ПП.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	36	
ПП.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	36	
	Всего:	2736	828

Вариативные часы использованы следующим образом:

- на введение новых учебных дисциплин в цикле ОП.00, новых МДК в составе профессиональных модулей – 594 часа
- на увеличение объема часов по отдельным дисциплинам цикла СГ.00 – 186 час. с целью развития или углубления компетенций, определенных ФГОС СПО (ОК и ПК);
- на экзамены по модулям – 48 час.

Таблица № 13

Обоснование введения новых дисциплин, МДК

индекс	Код и наименование дисциплин, МДК	Кол-во часов	Обоснование введения в УП
ОП.00	Общепрофессиональные дисциплины		
ОП.07	Основы управления командой	32	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	Основы веб-аналитики	32	Дисциплина формирует навыки работы с цифровыми данными, анализа эффективности рекламных кампаний и принятия решений на основе аналитических показателей
ОП.09	Индивидуальный проект по бизнес-ролям	92	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.10	Фотосъемка и обработка фотографий	42	Дисциплина направлена на формирование у студентов практических навыков создания и подготовки визуального контента, используемого в рекламной деятельности.
ОП.11	Введение в интернет-маркетинг	32	Дисциплина направлена на формирование у студентов практических навыков планирования и реализации кампаний онлайн-продвижения, используемых в маркетинговой деятельности.
ОП.12	Копирайтинг	32	Дисциплина направлена на формирование у студентов практических навыков создания и редактирования

			текстового контента, используемого в рекламной деятельности.
ОП.13	Маркетинговые исследования	32	Дисциплина направлена на формирование у студентов практических навыков сбора, анализа и интерпретации рыночной информации, используемых в маркетинговой деятельности.
ОП.14	Веб-дизайн	32	Дисциплина направлена на формирование у студентов практических навыков разработки и визуального проектирования веб-сайтов, используемых в маркетинговой деятельности.
ОП.15	Экономика	32	Дисциплина способствует освоению базового понимания экономических процессов, механизмов функционирования рекламного рынка и принципов рационального использования ресурсов при планировании и реализации рекламных проектов.
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		
МДК.0 1.03	Event-маркетинг	74	Дисциплина способствует формированию у студентов навыков разработки, организации и реализации мероприятий как инструмента маркетинговой и рекламной коммуникации
МДК.0 1.05	Мобильный маркетинг	42	Дисциплина направлена на формирование у студентов практических навыков планирования и реализации маркетинговых кампаний для мобильных платформ, используемых в рекламной деятельности.
ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		
МДК.0 2.02	Документационное обеспечение управления процессами	50	Дисциплина формирует у студентов навыки подготовки, оформления и ведения проектной документации на всех этапах жизненного цикла рекламного проекта.
ПМ03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий		
МДК.0 3.01	Таргетированная реклама	38	Дисциплина направлена на формирование у студентов практических навыков настройки, запуска и аналитики кампаний таргетированной рекламы, используемых в рекламной деятельности.
ПМ04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		
МДК.0 4.03	Управление бизнес-процессами	32	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.

В каждом цикле выделен объем учебных занятий, практики (в профессиональном цикле) и самостоятельной работы.

На проведение учебных занятий и практик выделено 3822 час. - 90% от объема учебных циклов.

Самостоятельная работа обучающихся составляет 260 час. (6%). Самостоятельная работа предусматривает выполнение практических заданий, изучение учебной и

дополнительной литературы, подготовки докладов, конспектов, сообщений и рефератов, проектов и т.п., предусмотренных рабочими программами дисциплин (модулей).

В учебные циклы включена промежуточная аттестация в форме экзамена, экзамена по модулю, зачета (дифференцированного), иных форм.

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

Учебным планом предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена:

Таблица № 14

Распределение экзаменов по семестрам

Семестр	
1	ДУП.01 Родной язык/Второй иностранный язык/Дизайн в рекламной деятельности
2	ОУП.01 Русский язык; ОУП.04 Математика; ОУП.10 Обществознание
3	МДК.02.04 Решение прикладных задач
	МДК.03.01 Таргетированная реклама
	МДК.04.01 Контент - маркетинг
4	МДК.02.01 Разработка digital-стратегии
	МДК.03.05 Контекстная реклама
	Экзамен по ПМ.03
5	МДК.01.01 Стратегический маркетинг
	МДК.04.05 Работа с визуальными ИИ
	Экзамен по ПМ.04
6	МДК.02.03 Правовое обеспечение рекламной деятельности
	Экзамен по ПМ.01
	Экзамен по ПМ.02

По окончании освоения программы каждого профессионального модуля и сопряженной с ним практики проводится экзамен по модулю, по результатам которого выносится решение об освоении / не освоении вида профессиональной деятельности. К оцениванию сформированности у обучающихся профессиональных компетенций в ходе экзамена по модулю в качестве экспертов могут быть привлечены представители работодателя (ей). Оценка экзамена по модулю выносится в приложение к диплому.

Экзамены проводятся в специально отведенное учебным планом время, освобожденное от учебных занятий. В учебном году предусмотрено максимально 6 экзаменов.

Объем часов, предусмотренный на проведение экзамена, включен в соответствующую дисциплину, МДК и содержит часы на подготовку (СР), проведение консультации и экзамена. При составлении учебного плана учтено требование СанПиНа СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи» о соблюдении перерыва между экзаменами для обучающихся школьного возраста не менее 2-х календарных дней.

Учебным планом предусмотрены зачеты (не более 10 за учебный год), 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 и (или) балльно-рейтинговой системы оценивания и контрольного тестирования, защита/сдача отчета по практике и др.

Форма промежуточной аттестации указывается в рабочей программе учебного предмета, дисциплины, МДК или ПМ, практики.

Учебным планом предусмотрено выполнение двух курсовых проектов (работ):

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

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

Умения и знания, полученные обучающимися при освоении учебных предметов общеобразовательного цикла, углубляются и расширяются в процессе изучения дисциплин циклов СГ.00, ОП.00, модулей П.00, в процессе реализации которых формируются ОК и ПК.

Перечень учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей за весь период обучения с разбивкой по курсам приведен в таблице № 15:

Таблица № 15

Распределение учебных предметов, дисциплин и профессиональных модулей по курсам

Индекс	Наименование дисциплины, ПМ, МДК	курс		
		1	2	3
ООЦ.00	Общеобразовательный цикл			
ОУП.00	Обязательные учебные предметы			
ОУП.01	Русский язык			
ОУП.02	Литература			
ОУП.03	Иностранный язык			
ОУП.04	Математика			
ОУП.05	Информатика			
ОУП.06	Физика			
ОУП.07	Химия			
ОУП.08	Биология			
ОУП.09	История			
ОУП.10	Обществознание			
ОУП.11	География			
ОУП.12	Физическая культура			
ОУП.13	Основы безопасности и защиты Родины			
ДУП.00	Дополнительные учебные предметы			
ДУП.01	Родной язык/ Второй иностранный язык/Дизайн в рекламной деятельности			
ДУП.02	Основы маркетинга			
ДУП.03	Основы SMM			
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	Основы веб-аналитики			
ОП.09	Индивидуальный проект по бизнес-ролям			
ОП.10	Фотосъемка и обработка фотографий			
ОП.11	Введение в интернет-маркетинг			
ОП.12	Копирайтинг			
ОП.13	Маркетинговые исследования			
ОП.14	Веб-дизайн			
ОП.15	Экономика			
П.00	Профессиональный цикл			
ПМ.00	Профессиональные модули			
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта			
МДК.01.01	Стратегический маркетинг			
МДК.01.02	Чат-бот маркетинг			
МДК.01.03	Event-маркетинг			
МДК.01.04	Инфлюенс-маркетинг			
МДК.01.05	Мобильный маркетинг			
ПМ02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			
МДК.02.01	Разработка digital-стратегии			
МДК.02.02	Документационное обеспечение управления процессами			
МДК.02.03	Правовое обеспечение рекламной деятельности			
МДК.02.04	Решение прикладных задач			
МДК.02.05	Разработка авторских рекламных проектов			
ПМ03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий			
МДК.03.01	Таргетированная реклама			
МДК.03.02	CRM-маркетинг			
МДК.03.03	Брендинг. Стратегии			
МДК.03.04	Брендинг. Методики			
МДК.03.05	Контекстная реклама			
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	Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)			
МДК.04.03	Управление бизнес - процессами			
МДК.04.04	Психология деловых коммуникаций			
МДК.04.05	Работа с визуальными ИИ			
ПР.00	Практика			
УП.00	Учебная практика			
УП.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта			
УП.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			

УП.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий			
УП.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях			
ПП.00	Производственная практика			
ПП.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта			
ПП.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			
ПП.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий			
ПП.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях			

Объем недельной образовательной нагрузки обучающихся по ОПОП не превышает 36 академических часов и включает все виды работы во взаимодействии с преподавателем и самостоятельную учебную работу.

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

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

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.

Таблица № 16

Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Курс	Теоретич. обучение	Практика		ПА	ГИА	Каникулы	Всего
		учебная	производств				
1	39	-	-	2	-	11	52 нед.
2	35	3	1	2	-	11	52 нед.

3	25	3	5	2	6	2	43нед.
Всего:	99	6	6	6	6	24	147нед.

В соответствии с частью 17 статьи 59 ФЗ-273 «Об образовании в Российской Федерации» выпускникам после прохождения ГИА могут быть по их заявлению предоставлены каникулы в пределах срока освоения ОПОП.

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 учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей

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

Рабочие программы учебных предметов разрабатываются на основе требований к результатам освоения ФООП СОО с учетом программ, включенных в ее структуру. Федеральные рабочие программы учебных предметов «Русский язык», «Литература», «История», «Обществознание», «География» и «Основы безопасности и защиты Родины» - программы непосредственного (прямого) применения.

При составлении рабочих программ дисциплин/МДК и профессиональных модулей разработчики могут учитывать примерные программы (при их наличии).

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 консультации и самостоятельную работу обучающихся;
- 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 дисциплины (модуля): образовательные технологии, требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы, 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 качестве приложений к рабочим программам – оценочные и методические материалы.

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, перечень конкретных заданий, направленных на формирование профессиональных компетенций (ПК) и приобретение практического опыта в конкретном виде деятельности, требования к базам практики и отчетным документам студентов-практикантов.

В программах практик:

- сформулированы требования к результатам их освоения (приобретаемому практическому опыту/навыкам и умениям);
- 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 материалов 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, в некоторых случаях – учебная, проводится на основе договоров, заключаемых Колледжем КАСПИЙ с базами практики – организациями, ИП, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся и с которыми заключены договоры на проведение практик. Представители базы практики в рамках договора осуществляют согласование программ практики, содержания и планируемых результатов практики, заданий на практику.

Копии рабочих программ практик размещаются на официальном сайте Колледжа КАСПИЙ.

5.5. Программа государственной итоговой аттестации

Для проведения ГИА и определения соответствия результатов освоения выпускниками образовательной программы соответствующим требованиям ФГОС СПО приказом директора утверждается состав Государственной экзаменационной комиссии (ГЭК), деятельность которой осуществляется в течение одного года. Формирование состава ГЭК осуществляется в соответствии с Порядком проведения ГИА по образовательным программам СПО.

Программа ГИА (размещается на официальном сайте Колледжа КАСПИЙ) разрабатывается 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), Методических рекомендаций по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы в образовательных организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена (письмо Минобрнауки России от 20.07.2015 № 06-846).

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 аннотацию, описание процедур проведения ГИА (ГЭ и защита ДР/ДП), требования к ДР/ДП и методику ее/его оценивания, порядок подачи апелляции и пересдачи ГИА.

Государственный 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.

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 ОПОП 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.

ГЭК возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность государственной экзаменационной комиссии, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам.

Председателем ГЭК утверждается лицо, не работающее в образовательной организации, из числа:

- руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность, соответствующую области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники;

- представителей работодателей или их объединений, организаций-партнеров, включая экспертов, при условии, что направление деятельности данных представителей соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники.

Председатель ГЭК утверждается не позднее 20 декабря текущего года на следующий календарный год (с 1 января по 31 декабря).

Заместителем председателя ГЭК является директор Колледжа КАСПИЙ, либо один из его заместителей или педагогический работник, уполномоченный на исполнение обязанностей заместителя председателя ГЭК.

5.6. 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 семьей 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 основного 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 КАСПИЙ 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 КАСПИЙ: 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 брэнд Колледжа КАСПИЙ. 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.

5.7. Методические материалы

Методические материалы, обеспечивающие реализацию образовательной программы, разрабатываются педагогическими работниками 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 ДП/ДР 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.

Перечень методических материалов, разработанных преподавателями Колледжа КАСПИЙ.

Пакет методических материалов систематически пополняется и обновляется.

5.8. 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.

В соответствии с требованиями ФГОС СОО достижение личностных результатов не выносится на итоговую оценку обучающихся, а является предметом оценки эффективности воспитательно-образовательной деятельности образовательной организации. Оценка личностных результатов образовательной деятельности осуществляется в ходе внутренних и внешних мониторинговых исследований. Инструментарий для них разрабатывается и основывается на общепринятых в профессиональном сообществе методиках психолого-педагогической диагностики.

Во внутреннем мониторинге оценка сформированности отдельных личностных результатов проявляется: в соблюдении норм и правил поведения, участии в общественной жизни, общественно-полезной деятельности, ответственности за результаты обучения, способности планировать свое профессиональное развитие, ценностно-смысловых установках обучающихся, формируемых средствами различных учебных предметов в рамках системы общего образования. Внутренний мониторинг организуется администрацией Колледжа КАСПИИ и осуществляется кураторами и преподавателями преимущественно на основе ежедневных наблюдений в ходе учебных занятий и внеурочной деятельности. Результаты, полученные в ходе как внешних, так и внутренних мониторингов, используются только в виде агрегированных (усредненных, анонимных) данных.

Основные методы, используемые при оценивании личностных результатов:

- педагогическое наблюдение,
- анкетирование и беседы с обучающимися и их родителями (законными представителями), педагогическими работниками,
- анализ портфолио, проектов и участия обучающихся во внешних мероприятиях.

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.

Основные объекты 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.

Инструментарий оценивания достижения метапредметных результатов строится на межпредметной основе и может включать диагностические материалы:

- для проверки читательской грамотности - письменная работа на межпредметной основе;
- для проверки цифровой грамотности - практическая работа в сочетании с письменной (компьютеризованной) частью;
- для проверки сформированности регулятивных, коммуникативных и познавательных универсальных учебных действий - экспертная оценка процесса и результатов выполнения групповых и (или) индивидуальных учебных исследований и проектов.

Основной процедурой итоговой оценки достижения метапредметных результатов является защита индивидуального проекта.

Оценка предметных результатов ведется каждым преподавателем в ходе процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, а также администрацией Колледжа КАСПИИ - в ходе внутреннего мониторинга учебных достижений обучающихся. Оценивание предметных результатов осуществляется с использованием оценочных материалов и критериев: знание и понимание, применение, функциональность.

Обобщенный критерий «функциональность» включает осознанное использование приобретенных знаний и способов действий при решении внеучебных проблем, различающихся сложностью предметного содержания, читательских умений, контекста, а также сочетанием когнитивных операций.

Оценка достижения обучающимися личностных, предметных, метапредметных результатов освоения образовательной программы, оценка воспитательной работы и оценка уровня функциональной грамотности обучающихся ежегодно проводится Рособрнадзором в ходе Всероссийских проверочных работ и Национальных сопоставительных исследований качества общего образования, в которых на выборочной основе принимают участие профессиональные образовательные организации.

Основным инструментом оценки сформированности ОК являются традиционные формы контроля:

- письменные контрольные работы;
- проверка результатов и хода выполнения практических (лабораторных) работ, созданных на основе найденной информации презентаций;
- решение кейсов заданий;
- тестирование;
- собеседование;
- коллоквиум;
- оценивание реферата, документов по производственной практике;
- экспертное наблюдение;
- оценка формирования поведенческих навыков в ходе обучения;
- зачет;
- экзамен и др.

Формирование общих компетенций студентов СПО происходит не только в процессе обучения. Воспитательная работа как важная часть образовательного процесса также используется для совершенствования когнитивных, социальных и личностных качеств студентов. Основными критериями оценки реализации РПВ служат достижения личностных результатов. Учитываются:

- демонстрация интереса к будущей специальности;
- оценка собственного продвижения, личностного развития;
- положительная динамика в организации учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции её результатов;
- ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;
- проявление профессиональной трудовой активности;
- участие в исследовательской и проектной работе, конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, предметных неделях.

Индикаторами сформированности ПК по специальности 42.02.01 Реклама могут служить:

- *Выполнение практических работ* — обучающийся демонстрирует умение применять теорию на практике, решать различные практические и профессиональные задачи, высказывать и обосновывать свои суждения в форме грамотного, логического ответа (устного или письменного).

Оценка сформированности ОК и ПК осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (экзамен, дифференцированный зачёт, защита отчёта по практике).

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.

Текущий контроль успеваемости проводится за счет объема учебной нагрузки во взаимодействии с преподавателем: на всех видах учебных занятиях (урок, практическое занятие, лабораторное занятие, консультация, лекция, семинар); при выполнении самостоятельной работы; при выполнении индивидуального проекта и/или курсового проекта (работы); при прохождении практики; при реализации других видов учебной деятельности, которые определены учебным планом.

Формы и методы текущего контроля успеваемости определяются преподавателем, исходя из поставленных целей и задач, и особенностей учебного предмета, дисциплины: устные и письменные опросы, выполнение и защита практических и лабораторных работ, проектных и творческих работ, курсовое проектирование, само- и взаимооценка, рефлексия, листы продвижения и другие.

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.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по всем учебным предметам/дисциплинам, МДК, ПМ, практикам обязательной и вариативной части, в том числе по отдельной их части или всего объема программы.

Промежуточная аттестация:

- является обязательной процедурой по завершению изучения учебного предмета/дисциплины/МДК, прохождения учебной и производственной практики, освоения ПМ;
- проводится с периодичностью и в формах, определенных учебным планом;
- оценивает результаты учебной деятельности обучающегося за определенный период обучения по учебному предмету/дисциплине, МДК, практике (семестр или несколько семестров, по результату освоения ПМ в целом).

Формы промежуточной аттестации определяются учебным планом. В СПО используются следующие формы промежуточной аттестации: экзамен (включая комплексный); экзамен по модулю (включая комплексный); зачет дифференцированный; иные формы (контрольная работа, тестирование, защита курсового проекта (работы) или индивидуального проекта, защита/сдача отчета по практике, семестровый контроль и др.).

При освоении профессиональных модулей формой промежуточной аттестации по профессиональному модулю является экзамен. Для оценки качества подготовки обучающихся по профессиональным модулям могут привлекаться работодатели в качестве внештатных экспертов.

При проведении промежуточной аттестации по учебным предметам общеобразовательного цикла обязательным требованием является включение письменного экзамена по русскому языку и математике, 1-2 экзамена из числа профильных учебных предметов.

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

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

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка освоенных компетенций.

Для государственной итоговой аттестации разработана Программа государственной итоговой аттестации и оценочные материалы. Оценочные материалы для проведения ГИА представлены тематикой дипломного проекта (работы) и критериями оценивания, заданиями для проведения Государственного экзамена. Демонстрационный экзамен проводится с использованием единых оценочных материалов, разрабатываемых оператором (организацией, наделённой полномочиями по обеспечению прохождения ГИА в форме демонстрационного экзамена).

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 материалов для ГИА согласовывается с работодателем.

Фонд оценочных средств регулярно пополняется и обновляется, размещается на официальном сайте Колледжа КАСПИЙ.

Система оценочной деятельности Колледжа КАСПИЙ - в таблице № 17.

Система оценивания

Объект оценки	Содержание оценки	Критерии оценивания	Процедуры оценивания	Состав инструментария оценивания	Формы представления результатов	Условия применения системы оценивания	Границы применения системы оценивания
Личностные результаты	Личностные характеристики и поведение обучающегося	Участие в воспитательных мероприятиях Личное поведение на занятиях	Системное наблюдение в соответствии с программой воспитания	Наблюдение Тестирование	Из программы воспитания, мониторинги, отчеты педагогов	Период проведения обучающих и воспитательных мероприятий педагогическими работниками	Постоянно в течение реализации ОПОП СПО (на урочной и внеурочной деятельности)
Метапредметные результаты	Владение УУД	Выполнение типовых заданий	На учебных занятиях в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с разработанными оценочными средствами	Учебные задания по разным предметам, сформулированные на основе типовых задач УУД	Оценка выполненных заданий в системе «зачтено» - «не зачтено» или «5» - «4» - «3» - «2» - «1» Оценки в журнале	В соответствии с разработанными оценочными материалами на запланированных занятиях	В пределах изучения общеобразовательного цикла
Предметные результаты	Сформулированные по предмету результаты	Соответствие результатам выполнения и/или процедуре выполнения, соблюдение временных ограничений	Наблюдение за выполнением, оценка результата	Оценочные материалы	Выполненные задания в рабочей тетради, физические действия на занятии, речевая деятельность на занятии Оценки текущего контроля (в	На промежуточной аттестации по предмету, при выполнении ВПР, при текущем контроле	В пределах изучаемого предмета

					журнале) и промежуточной аттестации (в ведомостях ПА)		
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 (ОМ)	Из программы воспитания По отдельным компетенциям - задания ПА, мониторинги, отчеты педагогов	В ходе текущей и промежуточной аттестации профессиональной подготовки	В пределах профессиональной части ОПОП (ФГОС СПО)
Профессиональные компетенции	Выполнение практических работ на практике	Соответствие выполненных видов работ профессиональной оценке	Практики	ОМ по практике	В соответствии с ФОС / ведомости ПА	Аттестация практики	Учебная практика Производственная практика
Виды деятельности	Виды деятельности	Соответствие выполненных видов работ профессиональной оценке	Промежуточная аттестация ПМ	ОМ по модулю	В соответствии с ФОС/ ведомости ПА	Аттестация модуля	ПА (экзамен) по модулю
Присваиваемая квалификация	Освоенная квалификация	В Программе ГИА	Демонстрационный экзамен Дипломный проект (работа)	ОМ для ГИА (Программа ГИА)	В соответствии с программой ГИА Протоколы ГИА	Для студентов, допущенных к ГИА	Период ГИА по КУГ

5.9. Программа развития универсальных учебных действий при получении среднего общего образования

При реализации среднего общего образования в рамках ОПОП продолжается формирование универсальных учебных действий (далее – УУД), систематизированный комплекс которых закреплен во ФГОС СОО.

Старший школьный возраст является ключевым для развития познавательных УУД и формирования собственной образовательной стратегии. Появляется сознательное и развернутое формирование образовательного запроса.

Регулятивные действия должны прирасти за счет умения выбирать успешные стратегии в трудных ситуациях, в конечном счете, управлять своей деятельностью в открытом образовательном пространстве.

Развитие регулятивных действий тесно переплетается с развитием коммуникативных УУД. Обучающиеся осознанно используют коллективно-распределенную деятельность для решения разноплановых учебных, познавательных, исследовательских, проектных, профессиональных задач, для эффективного разрешения конфликтов.

Программа развития УУД направлена на повышение эффективности освоения обучающимися основной образовательной программы, а также усвоение знаний и учебных действий; формирование у обучающихся системных представлений и опыта применения методов, технологий и форм организации проектной и учебно-исследовательской деятельности для достижения практико-ориентированных результатов образования.

Программа развития УУД обеспечивает:

- развитие у обучающихся способности к самопознанию, саморазвитию и самоопределению; формирование личностных ценностно-смысловых ориентиров и установок, системы значимых социальных и межличностных отношений;
 - формирование умений самостоятельного планирования и осуществления учебной деятельности и организации учебного сотрудничества с педагогами и сверстниками;
 - повышение эффективности усвоения обучающимися знаний и учебных действий, формирование научного типа мышления, компетентностей в предметных областях, учебно-исследовательской, проектной, социальной деятельности;
 - создание условий для интеграции урочных и внеурочных форм учебно-исследовательской и проектной деятельности обучающихся;
 - формирование навыков участия в различных формах организации учебно-исследовательской и проектной деятельности (творческих конкурсах, научных обществах, научно-практических конференциях, олимпиадах и других), возможность получения практико-ориентированного результата;
 - формирование и развитие компетенций обучающихся в области использования ИКТ, включая владение ИКТ, поиском, анализом и передачей информации, презентацией выполненных работ, основами информационной безопасности, умением безопасного использования ИКТ;
 - формирование знаний и навыков в области финансовой грамотности и устойчивого развития общества;
 - возможность практического использования приобретенных обучающимися коммуникативных навыков, навыков целеполагания, планирования и самоконтроля;
 - подготовку к профессиональной деятельности.
- Программа развития УУД содержит:
- описание взаимосвязи УУД с содержанием учебных предметов;
 - описание особенностей реализации основных направлений и форм учебно-исследовательской и проектной деятельности.

Раздел 6. Ресурсное обеспечение образовательной программы

При реализации ОПОП Колледж КАСПИЙ обеспечивает выполнение требований к условиям реализации образовательной программы. Это:

- общесистемные требования;
- требования к материально-техническому, учебно-методическому обеспечению, к организации воспитания обучающихся;
- требования к кадровым условиям реализации образовательной программы;
- требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной программы.

6.1. Общесистемные условия реализации образовательной программы

Колледж КАСПИЙ располагает на законном основании материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов учебной деятельности обучающихся, включая проведение демонстрационного экзамена.

В случае реализации ОПОП с использованием сетевой формы Колледж КАСПИЙ сможет обеспечить материально-технические, кадровые ресурсы и учебно-методическое обеспечение, а также выполнять функцию базовой организации.

6.2. Кадровые условия реализации образовательной программы

Реализация образовательной программы 42.02.01 Реклама обеспечивается педагогическими работниками Колледжа КАСПИЙ, 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 квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии), 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%.

Полная информация о кадровых условиях реализации ОПОП 42.02.01 Реклама представлена на официальном сайте Колледжа КАСПИЙ в подразделе «Педагогический состав».

6.3. 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 № 18

Оснащение учебных кабинетов, лабораторий

Наименование кабинетов, лабораторий	Перечень оснащения
Кабинеты	
Социально-гуманитарных дисциплин	Рабочее место для преподавателя, оборудованное ПК - 1шт 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 - 1шт 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 - 1шт 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 - 1шт 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 - 1шт 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 - 1шт 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 - 1шт Рабочие места обучающихся - 10 штук ЖК панель 1 шт. Маркерная доска/флипчарт 1 шт. Лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения
Лаборатории	
Информационных 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
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 - 1 шт 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.
---	--

При подготовке специалиста по рекламе широко используются компьютерные программы:

1С-Битрикс: CMS и фреймворк для разработки веб-сайтов и интернет-магазинов
Windows 10 Pro, 7-zip, MS Edge, Chrome, Yandex browser
UMI.CMS: CMS для создания веб-сайтов и онлайн-магазинов
ISPmanager: панель управления веб-хостингом и виртуальными серверами
1С: Предприятие: платформа для разработки информационных систем и автоматизации бизнес-процессов
Лаборатория Касперского: различные инструменты для анализа и обнаружения уязвимостей в программах
Photoshop 2022 Illustrator 2022 After Effects 2022 Bridge Autodesk 3dsMax Animate Premiere Pro 2022 MS Office 2016 CorelDRAW

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 ЭОИС Колледжа КАСПИЙ.

Учебная практика реализуется в учебных кабинетах 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.

6.4. 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 КАСПИЙ 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.

В качестве основной литературы используются учебники, учебные пособия в электронном виде, предусмотренные ПОП.

Наличие договоров с ЭБС и электронным образовательным платформам обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов, обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

ЭБС предоставляют пользователям круглосуточный доступ к полнотекстовым электронным изданиям через сеть Интернет. В ЭБС реализована система поиска и отбора документов с удобной навигацией, созданием закладок, формированием индивидуальных книжных полок, функцией цитирования, сбором и отображением статистики использования ЭБС, а также другими сервисами, способствующими успешной учебной деятельности.

Коллекции электронно-библиотечных систем постоянно пополняются, обеспечивая потребность в профессиональной и развивающей общий кругозор литературе для всех обучающихся, преподавателей и сотрудников колледжа.

6.5. Применение механизмов оценки качества образовательной программы

Качество образовательной программы определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки - на добровольной основе.

В целях совершенствования образовательной программы Колледжа КАСПИЙ при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной программы может привлекать работодателей и их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников образовательной организации (в том числе – имеющих опыт практической работы в профильных организациях).

По решению учредителя может быть проведена внешняя оценка качества образовательной программы в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями в целях признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающих требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

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.