

**Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
"Московский колледж деловой карьеры"
(АНО ПОО «МКДК»)**

Одобрено решением
Педагогического совета
от «30» 05 2024 г.
Протокол № 7

СОГЛАСОВАНО

ООО «ЕОМР»
генеральный директор
Иванов И.И.
«30» 05 2024г



УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО «МКДК»
Л.В.Неврова
05 2024 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 г. 10 мес.

Москва, 2024 год

Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
«Московский колледж деловой карьеры»
(АНО ПОО «МКДК»)

Директор /Л.В. Неврова/

« 30 » 2024 г.

МП



Общества с ограниченной
ответственностью «Единый оператор
медийной рекламы»
(ООО «ЕОМР»)

Генеральный директор
/В.В. Курбатов/

« 30 » 2024 г.

МП



АКТ согласования

Экспертная группа из числа сотрудников Автономной некоммерческой организации профессиональной образовательной организации «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»), адрес: 111024, г. Москва, ул. Авиамоторная, д.50, стр.2 и специалистов Общества с ограниченной ответственностью «Единый оператор медийной рекламы» (ООО «ЕОМР»), адрес: 143408, Московская область, г. Красногорск, ул. Черневская, д.77А, рассмотрела документы виды профессиональной деятельности, общие, профессиональные компетенции, основную образовательную программу среднего профессионального образования (ООП СПО) с приложениями № 1-6 в составе программы подготовки специалистов среднего звена и договора практической подготовки обучающихся по специальности СПО: 42.02.01 Реклама, квалификация: специалист по рекламе, набор 2024 года.

Состав экспертной группы:

Курбатова Жанна Павловна – медийный директор ООО «ЕОМР»

Бетина Лариса Михайловна зам. директора АНО ПОО «МКДК»

Бондар Кристина Владимировна – преподаватель спецдисциплин АНО ПОО «МКДК»

Настоящим актом удостоверяется согласование видов профессиональной деятельности, общие и профессиональные компетенции, ООП с приложениями № 1-6 в составе программы подготовки специалистов среднего звена и договора практической подготовки обучающихся по специальности: 42.02.01 Реклама, квалификация: специалист по рекламе в Автономной некоммерческой организации профессиональной образовательной организации «Московский колледж деловой карьеры».

Настоящий акт подтверждает соответствие содержания и требований со стороны работодателей к представленной ООП с приложениями № 1-6 по специальности: 42.02.01 Реклама, квалификация: специалист по рекламе.

Эксперты:

подпись / Ж.П. Курбатова/
расшифровка

подпись / Л.М. Бетина/
расшифровка

подпись / К.В. Бондар ./
расшифровка

Настоящая основная образовательная программа по специальности среднего профессионального образования (далее – ООП СПО, ООП) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утверждённого Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от «21» июля 2023г. №552.

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

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Раздел 1. Общие положения	4
Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы	8
Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	12
Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы	14
Раздел 5. Организационно-педагогические условия реализации ООП	38
Раздел 6. Условия реализации образовательной программы	43
Приложения:	
Приложение 1. Рабочие программы учебных предметов	
Приложение 2. Рабочие программы учебных дисциплин	
Приложение 3. Рабочие программы профессиональных модулей	
Приложение 4. Рабочая программа практики	
Приложение 5. Рабочая программа государственной итоговой аттестации	
Приложение 6. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы	

Раздел 1. Общие положения

1.1. Настоящая основная образовательная программа (далее - ООП) разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного «21» июля 2023г. №510 (далее – ФГОС СПО).

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

ООП разработана для реализации образовательной программы на базе основного общего образования

ООП, реализуемая на базе основного общего образования, разработана образовательной организацией на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и ФГОС СПО с учетом получаемой специальности и примерной ОП, а также требований работодателей.

1.2. Нормативные основания для разработки ООП:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- 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 июля 2023г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама»;
- 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 (ред. от 25.09.2023) «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 12 августа 2022 года № 732 «О внесении изменений в федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования, утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413»;

- 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»;

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 мая 2015г. № 332н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по видеомонтажу» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 11 июня 2015года, регистрационный № 37647);

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

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014г. № 629н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014года, регистрационный № 34136);

- Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2015 года № 06-443 «О направлении Методических рекомендаций (вместе с «Методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования», утв. Минобрнауки России 20.04.2015 № 06-830вн);

- 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...»);

- Федеральная образовательная программа среднего общего образования»;

- Примерная образовательная программа среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

- Устав АНО ПОО «МКДК» (Распоряжение Департамента образования г. Москвы №295-р от 19.11.2014г.);

- Положение о квалификационном экзамене АНО ПОО «МКДК» ;

- Положение о демонстрационном экзамене ;

- Положение по организации и проведении практической подготовки обучающихся АНО ПОО «МКДК»;

- Положение о государственной итоговой аттестации выпускников, освоивших программы среднего профессионального образования.

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ООП:

ФГОС СПО – Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ООП – основная образовательная программа;

ПОП – примерная образовательная программа;

ППССЗ – программа подготовки специалистов среднего звена;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ДПК – дополнительные профессиональные компетенции;

ЛР – личностные результаты;

ООЦ – общеобразовательный цикл;

СГ – социально-гуманитарный цикл;

ОП – общепрофессиональный цикл;

ПЦ – профессиональный цикл;

МДК – междисциплинарный курс;

ПМ – профессиональный модуль;

ОУП – обязательный учебный предмет;

ДУП – дополнительный учебный предмет;

УД – учебная дисциплина;

УП – учебная практика;

ПП – производственная практика;

ПДП – преддипломная практика;

КЭ – квалификационный экзамен;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ГИА – государственная итоговая аттестация.

Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы

Реализация образовательной программы осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

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

При реализации образовательной программы возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусмотрена возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Срок реализации ООП по специальности 42.02.01 Реклама в АНО ПОО «МКДК» – 2024-2027 год.

2.1. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: специалист по рекламе.

Право на реализацию ППСЗ по специальности 42.02.01. Реклама имеет образовательная организация при наличии лицензии на осуществление образовательной деятельности.

2.2. Форма обучения: очная.

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

Срок получения образования по образовательной программе в очной форме обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий и присваиваемая квалификация приводятся в таблице 1.

Таблица 1

Уровень образования, необходимый для приема на обучение	Наименование квалификации	Срок получения образования
Основного общего образования	Специалист по рекламе	2 года 10 месяцев

При обучении по индивидуальному учебному плану срок получения образования по образовательной программе вне зависимости от формы обучения составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения. При обучении и по индивидуальному учебному плану обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья срок получения образования может быть увеличен не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения.

Профессиональная образовательная организация предоставляет

возможность сдачи Единого государственного экзамена по программе среднего общего образования. Выпускникам, успешно сдавшим ЕГЭ, выдается аттестат о среднем общем образовании (по запросу обучающегося).

2.4. ООП СПО разработана в соответствии компетентностного профиля выпускника, для увеличения практикоориентированности обучения с учетом **подходов уровня образования:**

2.4.1. На базе **основного общего образования** с получением среднего общего образования по специальности 42.02.01 Реклама:

- обязательная часть учебного плана ООП СПО составляет 1476 часов и содержит 13 общеобразовательных дисциплин: Русский язык, Литература, Математика, Иностранный язык, Информатика, Физика, Химия, Биология, История, Обществознание, География, Физическая культура, Основы безопасности и защиты Родины и предусматривает изучение Географии и Обществознания на углубленном уровне соответствующие профилю обучения гуманитарному;

- предусмотрено выполнение обучающимися индивидуального проекта. Индивидуальный проект выполняется обучающимся по выбранной теме в рамках Обществознания;

- объём часов профессиональной подготовки составляет 2736 часов (76 % от общего объема ОП);

- объем часов СГ цикла -830 часов;

- объем часов ОП цикла – 626 часа;

- объем часов профессионального цикла - 1280 часов;

- объем часов, отведённых на проведение лабораторно-практических занятий, составляет 44 % от общего объема ОП;

- в рамках дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» учтены часы в размере 35 академических часов для организации проведения учебных сборов на базе организаций, определенных Учредителем.

- Вариативная часть в объеме 828 часов использована на получение дополнительных умений и знаний, введение новых дисциплин. В цикл СГ - введены новые дисциплины Основы философии, Математика, Экологические основы природопользования, Психология общения. Увеличилось количество часов по дисциплине Иностранный язык в профессиональной деятельности; в цикл ОП - введены дисциплины История искусств и Правовое обеспечение профессиональной деятельности, профессиональный цикл (ПЦ) – вариативные часы использованы на увеличение часов профессиональных модулей и практик. Распределение часов вариативной части, введение новых дисциплин произведено в соответствии с потребностями работодателей и запросами регионального рынка труда.

2.4.2. Распределение обязательной и вариативной по специальности 42.02.01 Реклама осуществляется в соответствии с ФГОС СПО.

2.5. Получение образования для лиц с ограниченными возможностями

здоровья.

В случае поступления в АНО ПОО «МКДК» лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются адаптированные образовательные программы 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. Адаптированные программы разрабатываются в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

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

3.2. Соответствие профессиональных модулей присваиваемой квалификации специальности 42.02.01 Реклама;

Наименование видов деятельности	Наименование профессиональных модулей	Квалификация
1	2	
Виды деятельности		
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Специалист по рекламе
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	Специалист по рекламе
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	Специалист по рекламе
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Специалист по рекламе

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

Результаты освоения образовательных программ определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения, навык и личностные качества в соответствии с выполняемыми видами деятельности.

4.1. Общие компетенции:

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

			– актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить – основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте – алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях – методы работы в профессиональной и смежных сферах – структуру плана для решения задач – порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Управление информацией и данными	Умения: – определять задачи для поиска информации – определять необходимые источники информации – планировать процесс поиска; структурировать – получаемую информацию – выделять наиболее значимое в перечне информации – оценивать практическую значимость результатов поиска – оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач – использовать современное программное обеспечение – использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач Знания:	– 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

			– номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности – приемы структурирования информации – формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации – порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	
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	Саморазвитие в условиях неопределенности	Умения: – определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности – применять современную научную профессиональную терминологию – определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования – выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи – презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план – рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования – определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности – презентовать бизнес-идею – определять источники финансирования Знания:	– 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

			– содержание актуальной нормативно-правовой документации – современная научная и профессиональная терминология – возможные траектории профессионального развития и самообразования – основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности – правила разработки бизнес-планов – порядок выстраивания презентации – кредитные банковские продукты	
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд	Коммуникация и кооперация в цифровой среде	Умения: – организовывать работу коллектива и команды – взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности Знания: – психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности – основы проектной деятельности	– 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
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: особенности социального и культурного контекста; – правила оформления документов и построения устных сообщений	
ОК 06			Умения:	

	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения		– описывать значимость своей специальности – применять стандарты антикоррупционного поведения Знания: – сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей – 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, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства – организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона 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	
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 на государственном и иностранном языках		Умения: – понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы – участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы – строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности – кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)	

			– писать простые связные сообщения на знакомые или интересные – профессиональные темы	
			Знания: – правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы – основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) – лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности – особенности произношения – правила чтения текстов профессиональной направленности	

4.2. Профессиональные компетенции

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

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Навыки: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой

		аудитории; - использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приёмы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания: - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудитории различных средств рекламы; - форм и методов работы с аудиторией, мотивации труда; - технологий воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК 1.2. Проводить анализ объёма рынка	Навыки: - проведения анализа рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания: - методов и технологий изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Навыки: - выявления основных и второстепенных конкурентов.
		Умения:

		- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания: - отраслевой терминологии; - методик и инструментов для проведения маркетингового исследования; - структуры и алгоритмов проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	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: - принципов выбора каналов коммуникации; - видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; - важности учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; - важности учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: - планирования системы маркетинговых коммуникаций Умения: - определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; - определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач; - 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 приёмы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. Знания: - методик рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систем маркетинговых коммуникаций; - видов и инструментов маркетинговых коммуникаций - принципов выбора каналов коммуникации;
--	---	---

	- аудитории различных средств рекламы; - отраслевой терминологии; - форм и методов работы с аудиторией, мотивации труда; - технологий воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципов стратегического и оперативного планирования РК; - видов запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенностей размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципов функционирования современных социальных медиа; - важности учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важности учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	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 КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. Знания: - важности учета пожеланий заказчика при разработке, при планировании коммуникационных каналов, разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логики и структуры плана рекламной кампании; - логики и структуры медиаплана; - структуры брифа и требований к нему; - важности определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
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: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Навыки: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения: - составлять семантическое ядро; - определять эффективные офферы; - разрабатывать алгоритм производственного процесса.
		Знания: - процессов поддержки, модернизации и продвижения сайта.
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Навыки: - разработки структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения: - работать в системах аналитики Яндекс.Метрика и Google Analytics;

		- разрабатывать стратегию продвижения в интернете, включая контекстную и таргетированную рекламу; - настраивать CMS для управления контентом сайта; - вести новостные ленты и бизнес-кабинеты в социальных сетях. Знания: - Яндекс Метрик и основных системы аналитики; - параметры настройки контекстной рекламы; - параметры настройки таргетированной рекламы; - программы аналитики аккаунтов в социальных медиа.
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: - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. Умения: - работать в конструкторе по созданию сайтов Tilda Publishing; - применять графические программы для обработки и создания изображений; - пользоваться онлайн сервисами для создания сайтов; - создавать проморолик; - работать в графическом редакторе Adobe Photoshop Lightroom; - работать в графическом редакторе Adobe Photoshop; - работать в графическом редакторе Adobe Illustrator; - работать в графическом редакторе Adobe Premiere Pro;

	- создавать дизайн официального сайта предприятия; - создавать дизайн интернет-магазина организации. Знания: - графических программ для обработки и создания изображений (пакет Adobe); - особенностей видеосъемки рекламного ролика; - принципы разработки дизайна сайта.
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования 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). Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность. Знания: - отраслевой терминологии; - важности учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	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 видеопроектс объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы. Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
--	--

		- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. Знания: - программного обеспечения, необходимого для макетирования рекламных носителей; - возможностей интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - видов сайтов, их возможностей и варианты применения; - требований к качественному функционированию сайтов; - технических средств создания визуального контента; - возможностей и ресурсов для макетирования рекламных носителей; - видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; - структуры брифа и требований к нему;
--	--	---

		- важности учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важности учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требований к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологий воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
		Знания: - организации работы на съемочной площадке в соответствии с требованиями охраны труда; - приемов организации световых схем; - технических характеристик осветительного оборудования; - правил использования осветительной техники.
		Знания: - классификаций дефектов цифровых изображений и основные методы их устранения; - форматов графических файлов и технологий организации графической информации, применяемых в фотографии; - базовых технологий работы в программе редактирования и монтажа изображений; - основных технологий коррекции визуального качества цифровых фотоизображений; - базовых технологий работы в программе редактирования и монтажа.
		Знания: - логику формирования контента.

Раздел 5. Организационно-педагогические условия реализации ООП

5.1. Учебный план

Учебный план регламентирует порядок реализации ООП СПО 42.02.01 Реклама, в том числе с реализацией ФОС основного общего образования в пределах образовательных программ СПО с учетом профиля получаемого профессионального образования.

В учебных циклах выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся.

Виды учебных занятий, составляющие объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем: урок/занятие, практическое занятие, лабораторное занятие, консультация, промежуточная аттестация.

При реализации ППССЗ по специальности предусмотрено выполнение курсовой работы (проекта) по ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного – 20 часов (4 семестр), ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных – 20 часов (6 семестр).

Исходя из специфики специальности для проведения лабораторных занятий в рамках профессиональных модулей возможно деление учебной группы на подгруппы.

5.2. Календарный учебный график

Календарный учебный график устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения, промежуточной аттестации, практик, государственной итоговой аттестации и каникул.

Учебный процесс организован в режиме пятидневной учебной недели, занятия группируются парами.

Календарный учебный график составляется на основе ФГОС СПО с учетом сроков и продолжительности практической подготовки обучающихся и государственной итоговой аттестации выпускников по специальности 42.02.01 Реклама.

Для удобства составления расписания учебных занятий календарный учебный график составлен по курсам.

При составлении календарного учебного графика учтены следующие параметры: учебный год начинается с 1 сентября и завершается 31 августа (включая каникулы).

Продолжительность каникул составляет 24 недели:

1-2-й год обучения – по 11 недель, в том числе по 2 недели в зимний период.

3-й год обучения – 2 недели в зимний период.

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

5.3. Рабочие программы предметов, дисциплин, МДК, профессиональных модулей учебного плана ООП (Приложение 1, Приложение 2, Приложение 3, Приложение 4).

Рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей разработаны на основе ФГОС СПО 42.02.01 Реклама.

Область применения программы содержит сведения о том, частью какой ОП может являться данная программа с учетом примерной программой (ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама).

Раскрывается возможность использования программы в дополнительном профессиональном образовании с указанием направленности программ повышения квалификации, переподготовки и профессиональной подготовки.

5.4. Организация практической подготовки.

Практическая подготовка - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин, модулей организуется в АНО ПОО «МКДК» путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика является обязательным разделом ООП и представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практикоориентированную подготовку обучающихся.

При реализации ООП предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная.

Учебная практика проводится в учебных лабораториях ОУ и в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Производственная практика проводится в организациях на основе договоров, заключаемых между ПОО и организациями-партнерами.

Учебная практика и производственная практика проводятся образовательным учреждением при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализовываются концентрированно в несколько периодов (блоками):

ПМ.01:

4 семестр: УП.01 – 2 недели, 5 семестр: ПП.01 – 1 недели;

ПМ.02:

4 семестр: УП.02 – 2 недели, 5 семестр: ПП.02 – 1 неделя;

ПМ.03:

6 семестр: УП.03 – 1 неделя, ПП.03 – 1 неделя;

ПМ.04:

6 семестр: УП.04 – 1 неделя, ПП.04 – 5 недель.

Учебная практика и производственная практика проводятся в рамках каждого профессионального модуля. Общий объем учебной практики составляет 6 недель, общий объем производственной практики – 8 недель.

Количество часов практической подготовки, направленных на освоение профессиональных навыков, лабораторно-практических занятий по дисциплинам математического и общего естественно-научного, общепрофессионального циклов и профессиональным модулям, а также учебной и производственной практик, составляет 70% от общего объема часов профессиональной подготовки.

При этом:

- объем часов, отведённых на проведение лабораторно-практических занятий, составляет 52% от объема часов, отведенных на дисциплину и на общий объем МДК в профессиональном модуле;
- общий объем производственной практики за весь период обучения составляет 20,3% от общего объема образовательной программы.

По учебной и производственной практикам определена форма проведения промежуточной аттестации – в соответствии с учебным планом ООП.

5.5. Система оценка результатов освоения ООП.

Оценочные материалы для ООП СПО по специальности 42.02.01 Реклама включает в себя методические материалы, формы и процедуры текущего контроля знаний, промежуточной аттестации по каждому предмету, дисциплине, профессиональному модулю, практике, государственной итоговой аттестации.

Форма оценочных материалов, определяется образовательной организацией самостоятельно, на основании локального акта «Положение о порядке и периодичности проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по программам подготовки специалистов среднего звена и программам подготовки квалифицированных рабочих и служащих в АНО ПОО «МКДК».

5.5.1. Формами текущего контроля по предмету/дисциплине/МДК:

- контрольные работы;
- выполнение и защита лабораторных и практических работ;
- оценка качества выполнения самостоятельной работы обучающихся (доклад, сообщение, реферат, конспект, решение задач и др.);
- выполнение исследовательских, проектных и творческих работ;
- курсовое проектирование;
- тестирование по отдельным темам и разделам дисциплин/МДК;
- устный или письменный опрос на занятии;
- проведение круглого стола, деловой игры и др.

5.5.2. Основными формами промежуточной аттестации являются:

- контрольная работа;
- дифференцированный зачет, в том числе комплексный;
- экзамен, в том числе комплексный;
- экзамен по модулю, в том числе комплексный;
- квалификационный экзамен;
- демонстрационный экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся по учебной и производственной практикам осуществляется в рамках учебной и производственной практик.

ООП СПО предусматривает освоение основной в соответствии с ФГОС СПО – Специалист по рекламе.

5.5.3. Формой государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) выпускников по специальности 42.02.01 Реклама является:

- демонстрационный экзамен;
- защита дипломного проекта (работы).

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

Для государственной итоговой аттестации разработана программа государственной итоговой аттестации и оценочные материалы (Приложение 5).

5.6. Рабочая программа воспитания. (Приложение 6)

5.6.1. Рабочая программа воспитания разработана с учетом преемственности целей и задач Примерной программы воспитания для профессиональных образовательных организаций, разработанной Институтом изучения детства, семьи и воспитания РАО.

Рабочая программа воспитания включает в себя:

- Паспорт рабочей программы воспитания;
- Оценка освоения обучающимися ООП в части достижения личностных результатов;
- Требования к ресурсному обеспечению воспитательной работы;

5.6.2. Календарный план воспитательной работы.

Календарный план воспитательной работы представлен с учетом отраслевых профессионально значимых событий и праздников.

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

6.1. Общесистемные требования к условиям реализации образовательной программы.

АНО ПОО «МКДК» располагает на праве собственности материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных учебным планом, с учетом ООП.

6.2. Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы.

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

Перечень специальных помещений:

Кабинеты:

- Русского языка и литературы;
- Истории, истории России, обществознания;
- Географии;
- Физики;
- Химии, биологии;
- Математики;
- Информатики;
- Социально-экономических дисциплин;
- Иностранного языка;
- Безопасности жизнедеятельности, Основы безопасности и защиты Родины;
- Основ композиции в рекламе;
- Рисунка и живописи в рекламе;
- Основы финансовой грамотности;
- Основ бережливого производства;
- Психологии в рекламе;
- Истории экранных искусств;
- Маркетинговых исследований;
- Дизайна и макетирования рекламной продукции;
- Брендинга и бренд менеджмента;
- Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний.

Лаборатории:

- Информационных технологий;
- Цифровых коммуникационных технологий;
- Компьютерной графики;
- Видеостудия;

Спортивный комплекс

- Спортивный комплекс Спортивный зал.

Залы:

- Библиотека, читальный зал с выходом в интернет;
- Актальный зал.

6.2.2. Проведение практической подготовки по специальности в рамках сетевой формы реализации ООП не осуществляется.

6.3. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы.

6.3.1. Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными учебными изданиями по дисциплинам всех учебных циклов, модулям и практикам.

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

6.3.3. Перечень необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

№ п/п	Наименование лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	Код и наименование учебной дисциплины (модуля)	Количе ство
1	OS Windows;	ОУП.05 Информатика, ОП. 02 Информационные технологии в профессиональной деятельности, ОП.04 Рекламная деятельность, ОП.06 Русский язык и культура речи, ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	25
2	пакет Adobe CC, CorelDraw	ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, ОП. 02 Информационные технологии в профессиональной деятельности,	25

		ОП.04 Рекламная деятельность, ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	
3	программа просмотра pdf-файлов	ООП. 02 Информационные технологии в профессиональной деятельности, ОП.04 Рекламная деятельность, ОП.06 Русский язык и культура речи, ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, должностям служащих «Фотограф»	25
4	редактор изображений просмотра	ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, ОП. 02 Информационные технологии в профессиональной деятельности, ОП.04 Рекламная деятельность, ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта, ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, ПМ.05 Выполнение работ по одной или	25

		нескольким профессиям, должностям служащих «Фотограф»	
--	--	---	--

6.4. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы.

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки в 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), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, 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 25 процентов.

6.5. Требования к применяемым механизмам 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 при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной программы привлекаются работодатели и их объединения, иные юридические и (или) физические лица, включая педагогических работников образовательной организации.

Внешняя оценка качества образовательной программы осуществляется при проведении работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, освоивших образовательную программу, отвечающими требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.