



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«МОСКОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРЫ»
(АНО ПОО «МКДК»)**

Одобрено решением
Педагогического совета
от «06» марта 2026 г.
Протокол № 5

УТВЕРЖДАЮ

Директор АНО ПОО «МКДК»



Л.В.Неврова
«06» марта 2026 г.

СОГЛАСОВАНО
Партия «НОВЫЕ ЛЮДИ»



/Е.О Исака/
«06» мар 2026г

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
среднего профессионального образования
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

Специальность 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника
квалификация - специалист по рекламе
форма обучения – очная

на базе среднего общего образования
срок очного обучения 1 года 10 месяцев

Москва
2026

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

Директор _____ / В. В. Неврова /

«06» марта 2026 г.

МП



Политическая партия «НОВЫЕ ЛЮДИ»
Секретарь Совета регионального
отделения в г. Москве

_____ / Е.О Исака /

«06» марта 2026 г.



АКТ Согласования

Экспертная группа из числа сотрудников Автономной некоммерческой организации профессиональной образовательной организации «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»), юридический адрес: 111024, г. Москва, ул. Авиамоторная, д.50, стр.2 и специалистов Политическая партия «НОВЫЕ ЛЮДИ», юридический адрес: 123376, г. Москва, вн.тер. г. Муниципальный Округ Пресненский, пер Большой Трёхгорный, д. 11, стр. 2, пом. 1, ком. 3 рассмотрела основную образовательную программу СПО ППССЗ с приложениями № 1-7 и договор о практической подготовке обучающихся по специальности СПО 42.02.01 Реклама, квалификация: специалист по рекламе, набор 2026 года.

Состав экспертной группы:

Исака Евгения Октавиана – Секретарь Совета регионального отделения в г. Москве
Партии «НОВЫЕ ЛЮДИ»

Никифоров Вадим Николаевич – зам. директора по УР и информатизации АНО ПОО «МКДК»;

Журавлева Лариса Николаевна – председателот ПЦК профессионального цикла АНО ПОО «МКДК».

Настоящим актом утверждается согласование ООП с приложениями № 1-7 (учебные планы, рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей, все виды практик; ГИА, РПв и ФОМ) в составе программы подготовки специалистов среднего звена и договора о практической подготовке обучающихся по специальности 42.02.01 Реклама, квалификация: специалист по рекламе, Автономной некоммерческой организации профессиональной образовательной организации «Московский колледж деловой карьеры».

Настоящий акт подтверждает соответствие содержания и требований ООП со сторон АНО ПОО «МКДК» и партия «НОВЫЕ ЛЮДИ».

Эксперты:

_____ / Е.О. Исака /
подпись / расшифровка

_____ / В.Н. Никифоров /
подпись / расшифровка

_____ / Л.Н. Журавлева /
подпись / 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, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22 августа 2023г. № 74908).

ООП СПО определяет рекомендованный 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

Раздел 1. Общие положения

Раздел 2. Общая характеристика основной образовательной программы

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Раздел 4. Планируемые результаты освоения основной образовательной программы

Раздел 5. Организационно-педагогические условия реализации ООП

Раздел 6. Условия реализации основной образовательной программы

Приложения:

Приложение 1. Рабочие программы учебных дисциплин

Приложение 2. Рабочие программы профессиональных модулей

Приложение 3. Рабочие программы практик

Приложение 4. Рабочая программа государственной итоговой аттестации

Приложение 5. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

Приложение 6. Фонды оценочных материалов

Раздел 1. Общие положения

1.1. Настоящая основная образовательная программа (далее ООП) разработана и реализуется Автономной некоммерческой организацией профессиональной образовательной организацией «Московский колледж деловой карьеры» (далее – Колледж) на основании ФГОС по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22 августа 2023г. № 74908), с учетом примерной образовательной программы среднего профессионального образования (далее ПОП) по специальности 42.02.01 Реклама и с учетом профессиональных стандартов.

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

ООП СПО разработана для реализации основной образовательной программы на базе среднего общего образования. Основная образовательная программа, реализуемая на базе среднего общего образования, разрабатывается образовательной организацией на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама и с учетом профессиональных стандартов.

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

Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее - ОВЗ) образовательная организация устанавливает особый порядок освоения дисциплины «Физическая культура» с учетом состояния их здоровья.

При реализации учебного плана применяются традиционные формы и процедуры текущего контроля знаний, система оценок, которые адаптированы к индивидуальным психофизическим особенностям учащихся. Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при выборе мест прохождения практик учитываются состояние здоровья и требования по доступности. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Воспитание обучающихся при освоении ими образовательной программы осуществляется на основе включаемых в образовательную программу рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, разрабатываемых и утверждаемых с учетом примерной рабочей программы воспитания и примерного календарного плана воспитательной работы.

1.2. Нормативные основания для разработки ООП

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

- Приказ Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Рекламам».

- Приказ Минпросвещения России от 08.04.2021 N 153 (ред. от 09.08.2022) «Об утверждении Порядка разработки примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования».

- Приказ 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» (ред. от 22.05.2026).

- 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 Просвещения Российской Федерации от 17.05.2022 № 336 (ред. от 16.09.2025) «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» (с изменениями и дополнениями).

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н «Об утверждении профессионального стандарта

«Специалист по интернет-маркетингу» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019г., регистрационный № 54635).

- 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 2017г., регистрационный № 45442).

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018г., регистрационный № 51397).

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022г. № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022г., регистрационный № 69714).

- 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».

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

- Устав АНО ПОО "МКДК" и иные локальные акты.

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ООП

ГИА – государственная итоговая аттестация;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

МДК – междисциплинарный курс;

ОК – общие компетенции;

ОП – общепрофессиональный цикл;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ПА – промежуточная аттестация;

ПК – профессиональные компетенции;

ПМ – профессиональный модуль;

ПМн – профессиональный модуль по направленности;

ПОП СПО – примерная основная образовательная программа СПО

ПП – профессиональный цикл;

ПС – профессиональный стандарт,

СГ – социально-гуманитарный цикл;

ТФ – трудовая функция;

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования.

Раздел 2. Общая характеристика основной образовательной программы

Реализация образовательной программы осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Образовательная деятельность при освоении образовательной программы или отдельных её компонентов организуется в форме практической подготовки.

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.

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

Право на реализацию ППССЗ 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 основной образовательной программы, реализуемой на базе среднего общего образования: 2952 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
Среднее общее образование	Специалист по рекламе	1 год 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.

2.4. Область профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять 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.

2.5. Осваиваемые виды деятельности

Таблица 2

Наименование видов деятельности	Наименование профессиональных модулей	Квалификация
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Осваивается Квалификация: 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	Осваивается Квалификация: 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	Осваивается Квалификация: специалист по рекламе
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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	Осваивается Квалификация: специалист по рекламе

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область профессиональной деятельности выпускников: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия по специальности 42.02.01 Реклама.

3.2. Перечень профессиональных стандартов, учитываемых при разработке ООП СПО

Таблица 3

№ п/п	Код и Наименование ПС	Реквизиты утверждения	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ	Вид профессиональной деятельности	Основная цель вида профессиональной деятельности
1	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 №95н	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ А/02.4 Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем ТФ А/03.4 Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Повышение посещаемости веб-сайтов и частоты использования веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей
			ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы ТФ В/03.4 Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной		

				площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт		
			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 ТФ С/02.4 Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ С/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
			ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ D/01.5 Проведение аудита веб-сайта ТФ D/02.5 Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ D/04.5 Организация коррекции ошибок в работе		

				веб-сайта ТФ D/05.5 Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализ поведения посетителей веб-сайта ТФ D/06.5 Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
			ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ Е/01.5 Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов ТФ Е/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ Е/03.5 Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ Е/04.5 Составление		

				отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
			ОТФ F Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ F/01.5 Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ F/02.5 Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация ТФ F/03.5 Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ F/04.5 Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
			ОТФ G Реализация стратегии социального	ТФ G/01.5 Проведение аналитических работ по изучению конкурентов		

			продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/03.5 Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа ТФ G/04.5 Привлечение пользователей в интернет-сообщество ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа ТФ G/06.5 Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
			ОТФ Н Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ Н/01.6 Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ Н/02.6 Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ Н/03.6 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		

			ОТФ I Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ I/01.6 Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ I/02.6 Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ I/03.6 Анализ трафика на веб-сайт		
			ОТФ J Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	ТФ J/01.6 Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ J/02.6 Организация и проведение электронных рассылок ТФ J/03.6 Корректировка стратегии продвижения ТФ J/04.6 Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
			ОТФ К	ТФ К/01.7 Проведение		

			Стратегическое планирование интернет-кампаний	переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ К/02.7 Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ К/03.7 Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ К/04.7 Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ К/05.7 Контроль реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ТФ К/06.7 Составление отчетности о реализации стратегии продвижения		
--	--	--	--	---	--	--

				проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
			ОТФ L Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга	ТФ L/01.7 Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу ТФ L/02.7 Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу ТФ L/03.7 Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы		
2	11.013 Графический дизайнер	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17.07.2017 №40н	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ А/02.5 Проверка соответствия оригиналу изготовленных в производстве элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Дизайн объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	Разработка объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации в соответствии с поставленными задачами и потребностями целевой аудитории
			ОТФ В Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ В/01.6 Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ В/02.6 Художественно-техническая разработка		

				дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ В/03.6 Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации		
			ОТФ С Разработка систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ С/01.7 Проведение предпроектных дизайнерских исследований ТФ С/02.7 Разработка и согласование с заказчиком проектного задания на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ С/03.7 Концептуальная и художественно-техническая разработка дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ С/04.7 Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве систем визуальной информации, идентификации и коммуникации		
			ОТФ D Руководство деятельностью по	ТФ D/01.7 Планирование работ по разработке объектов и систем визуальной		

			разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	информации, идентификации и коммуникации ТФ D/02.7 Организация работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ D/03.7 Контроль изготовления в производстве дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации		
3	08.035 Маркетолог	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 №366н	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ОТФ В Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ТФ В/01.7 Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации ТФ В/02.7 Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	Организация и управление маркетинговой деятельностью	Разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью

				ТФ В/03.7 Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации ТФ В/04.7 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации		
			ОТФ С Управление маркетинговой деятельностью организации	ТФ С/01.8 Формирование маркетинговой стратегии организации ТФ С/02.8 Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации		
4	06.013 Специалист по информационным ресурсам	Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 №420н	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/01.4 Ввод и обработка текстовых данных для сайтов ТФ А/02.4 Сканирование и обработка графической информации ТФ А/03.4 Ведение информационных баз данных ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте	Создание информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и управление ими	Распространение информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции
			ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/01.5 Подбор информации по тематике сайта ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных		

				лент и представительств в социальных сетях ТФ В/05.5 Модерирование обсуждений на сайте, форуме и в социальных сетях ТФ В/06.5 Нормативный контроль содержания сайта		
			ОТФ С Управление информационными ресурсами	ТФ С/01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов ТФ С/02.6 Управление информацией из различных источников ТФ С/03.6 Контроль за наполнением сайта ТФ С/04.6 Организация работ по изменению структуры сайта ТФ С/05.6 Анализ информационных потребностей посетителей сайта ТФ С/06.6 Подготовка отчетности по сайту ТФ С/07.6 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта		

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

3.3.1. На базе среднего общего образования с получением среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама

- объём часов профессиональной подготовки составляет 2736 часов, в том числе практика – 504 часов, из них производственная – 324 часов;

- объём часов СГ цикла – 728 часов;

- объём часов ОП цикла – 710 часов;

- объём часов профессионального цикла – 1298 часов;

- объём часов, отведённых на проведение лабораторно-практических занятий, составляет не менее 50 % от общего объема теоретических часов ОП;

- учтены часы в размере 35 академических часов для организации проведения учебных сборов на базе организаций, определенных Учредителем.

3.3.2. Распределение обязательной и вариативной части ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама осуществляется в соответствии с ФГОС СПО.

Обязательная часть учебного плана составляет 1908 часов профессиональной подготовки, что составляет 69,74% от общего объема времени, отведенного на освоение образовательной программы. Вариативная часть в объеме 828 часов использована на углубление подготовки, получение дополнительных умений и знаний, введения новых дисциплин. Таким образом, вариативные часы учебных занятий выделены на следующие циклы: цикл СГ - на введение дисциплин Основы философии, Математика, Экологические основы природопользования и Психология общения и на значительное увеличение часов по дисциплине Иностранный язык в профессиональной деятельности; цикл ОП - в том числе на введение дисциплин История искусств и Правовое обеспечение профессиональной деятельности; Профессиональный цикл (ПЦ) – вариативные часы использованы на увеличение часов МДК профессиональных модулей и практик. Распределение часов вариативной части, введение новых дисциплин произведено в соответствии с потребностями работодателей и запросами регионального рынка труда.

3.4. 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.

Таблица 4

Уровень образования, необходимый для приема на обучение	Наименование квалификации	Срок получения образования
Среднее общее образование	Специалист по рекламе	1 год 10 месяцев

Раздел 4. Планируемые результаты освоения основной образовательной программы

4.1. Общие компетенции

Таблица 5

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать 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) 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	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: 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	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: 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 команде	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
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	Проявлять гражданско-патриотическую	Умения: описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения

	позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, 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 интересующие профессиональные темы Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и

		профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
--	--	---

4.2. Профессиональные компетенции

Таблица 6

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

		маркетинговые исследования, определять их задачи
		Знания: отраслевую терминологию; методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; основ маркетинга
	ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Практический опыт: определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; планирования системы маркетинговых коммуникаций; разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения: преобразовывать требования заказчика в бриф Знания: принципов выбора каналов коммуникации; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
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	Практический опыт: 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: методики рекламного планирования; инструментов рекламного планирования; систему маркетинговых коммуникаций; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; принципы выбора каналов коммуникации; аудиторию различных средств рекламы; отраслевую терминологию; формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; принципы стратегического и оперативного планирования РК;

		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 и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Практический опыт: 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: важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; логику и структуру плана рекламной кампании; логику и структуру медиаплана; структуру брифа и требования к нему; важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Практический опыт: 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	Практический опыт: 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; отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуру брифа и требования к нему
	ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Практический опыт: 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: отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет
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	Практический опыт: 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; отраслевую терминологию; требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при с применением

		визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	Практический опыт: 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: отраслевую терминологию; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Практический опыт: 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; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов
--	--	---

4.3. Личностные результаты

Согласно Федеральному закону «Об образовании» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (в ред. Федерального закона от 31.07.2020 г. № 304-ФЗ) «воспитание – деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде».

При разработке формулировок личностных результатов учет требований Закона в части формирования у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде, бережного отношения к здоровью, эстетических чувств и уважения к ценностям семьи, является обязательным.

Таблица 7

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	ЛР 2
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	ЛР 3
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа»	ЛР 4
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	ЛР 5
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	ЛР 6
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	ЛР 8
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	ЛР 9
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	ЛР 11
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	ЛР 12
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	ЛР 13

Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	ЛР 14
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	ЛР 15
Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности	ЛР 16
Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии	ЛР 17

Раздел 5. Организационно-педагогические условия реализации ООП

5.1. Учебный план

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

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 курсовых работ (проектов) по МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний; МДК 04.01 разработка творческих рекламных решений.

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, для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут, продолжительность одной пары равна двум академическим часам.

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 (включая каникулы).

Продолжительность каникул составляет 13 недель:

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

2-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 дисциплин, МДК, профессиональных модулей и практик учебного плана ООП (см. Приложение 1, Приложение 2, Приложение 3 на сайте колледжа).

Рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей разработаны на основе ФГОС СПО и примерной образовательной программы (ПОП) по специальности 42.02.01 Реклама.

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 кабинетах и лабораториях АНО ПОО "МКДК" путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторно-практических 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, производственная, производственная (по профилю специальности).

Учебная практика проводится в учебных лабораториях колледжа и (или) в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся 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/рассредоточено в несколько периодов (блоками).

Объем производственной практики - 180 часов, производственной практики (по профилю специальности) - 144 часов.

Учебная практика и производственная практика проводятся в рамках каждого профессионального модуля. Общий объем учебной практики составляет 5 недель, общий объем практики – 14 недель.

Количество часов практической подготовки, направленных на освоение профессиональных навыков (лабораторно-практических занятий по дисциплинам социально-гуманитарного, общепрофессионального циклов и профессиональным модулям, а также учебной и производственной практик), составляет не менее 70 % от общего объема часов профессиональной подготовки.

При этом:

- объем часов, отведённых на проведение лабораторно-практических занятий, составляет не менее 50 % от объема часов, отведенных на циклы дисциплин и/или на общий объем МДК в профессиональном модуле;

- общий объем профессионального цикла образовательной программы, выделяемого на проведение практик, определяется образовательной организацией в объеме не менее 25% от профессионального цикла 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 (см. приложение 6 на сайте колледжа).

Форма оценочных материалов, определяется образовательной организацией самостоятельно на основании локального акта.

5.5.1. Формы 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. Основные формы промежуточной аттестации являются

- зачет;
- дифференцированный зачет, (в том числе комплексный);
- семестровый контроль;
- защита проекта;
- защита курсовой работы;
- экзамен (в том числе комплексный);
- экзамен по модулю;
- государственная итоговая аттестация.

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

5.5.3. Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) выпускников по специальности 42.02.01 Реклама проводится в форме демонстрационного экзамена.

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

Для государственной итоговой аттестации разработана программа государственной итоговой аттестации и оценочные материалы (см. Приложение 4 на сайте колледжа).

5.6. Рабочая программа воспитания

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. (см. Приложение 5 на сайте колледжа).

Раздел 6. Условия реализации основной образовательной программы

6.1. Общесистемные требования к условиям реализации основной 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 основной 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 кабинетов, лабораторий и других помещений

Кабинеты:

- Социально-экономических дисциплин
- Иностранного языка
- Математики
- Бережливого производства и финансовой грамотности
- Безопасности жизнедеятельности
- Основ композиции, рисунка и живописи в рекламе
- Психологии в рекламе
- Истории искусств и экранных искусств
- Маркетинговых исследований и стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний
- Дизайна и макетирования рекламной продукции, брендинга и бренд менеджмента
- Правового обеспечения профессиональной деятельности

Лаборатории:

- Информационных технологий
- Цифровых коммуникационных технологий и компьютерной графики
- Фото и видеостудия

Спортивный комплекс:

- Спортивный многофункциональный зал

Залы:

- Библиотека, читальный зал с выходом в Интернет
- Актный зал

6.2.2. Проведение практической подготовки по специальности 42.02.01 Реклама в рамках сетевой формы реализации ООП не предусмотрено.

6.3. Требования к учебно-методическому обеспечению основной образовательной программы

6.3.1. Библиотечный фонд образовательной организации укомплектован печатными изданиями и (или) электронными изданиями по каждой дисциплине (модулю) из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей) в качестве основной литературы, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль).

В случае наличия электронной информационно-образовательной среды допускается замена печатного библиотечного фонда предоставлением права одновременного доступа не менее 25% обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке.

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

Образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям).

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

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

Программно-информационное обеспечение учебного процесса по дисциплинам

Таблица 8

№ п/п	Блоки дисциплин	Программное обеспечение
1	Блок социально-гуманитарных дисциплин	Операционная система; программная оболочка Total Commander; офисные пакеты - Microsoft Office, Open Office
2	Блок общепрофессиональных дисциплин	Операционная система; программные оболочки Total Commander; офисные пакеты - Microsoft Office, Open Office; математический процессор MathCad; Операционная система; программная оболочка; Total Commander; офисные пакеты – Microsoft; Office, Open Office; справочно-поисковая система; «Консультант Плюс»; 1С: Предприятие; САПР - Компас-3D; MS Visio
3	Профессиональные модули	Операционная система; программная оболочка Total Commander; офисные пакеты - Microsoft Office, Open Office; справочно-поисковая система «Консультант Плюс»; программы бухгалтерского учета - 1С: Предприятие; САПР - Компас-3D; MS Visio; сметная программа - «ГрандСмета»

4	Подготовка текстовых документов (текстовые редакторы)	MS Word, MS Publisher, OpenOffice org. Writer, FoxitReader
5	Вычислительные и табличные расчеты, табличный учет (табличные редакторы)	MS Exce
6	Математические расчеты и задачи (математические редакторы)	Math Cad
7	Сбор и учет данных (Процессоры баз данных)	MS Access, OpenOffice org. Base
8	Распознавание текста	Fine Reade, AbbyyReader
9	Подготовка иллюстративного материала (Редакторы создания презентаций и публикаций)	MS PowerPoint, OpenOffice org. Impress MS Publisher
10	Информационный пакет в Интернете (программные браузер)	Internet Explorer, Opera, Mozilla, Google Chrome, Yandex
11	Поиск нормативных и правовых документов (Справочно-правовая система)	Консультант Плюс

6.4. Требования к кадровым условиям реализации основной образовательной программы

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 Реклама и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих (далее – ЕКС), а также в профессиональном стандарте (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 Реклама, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

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 соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 Реклама в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, составляет не менее 25%.

6.5. Требования к финансовым условиям реализации основной образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже определенного в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации".

Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы осуществляется в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ СПО по профессиям (специальностям) и укрупненным группам профессий (специальностей).

6.6. Требования к применяемым механизмам оценки качества основной образовательной программы

Качество образовательной программы определяется в рамках системы внутренней оценки (Положение о внутренней системе оценки качества образования), 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.