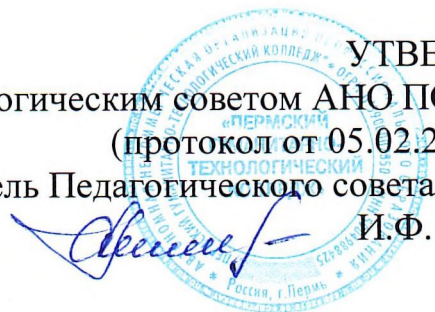


**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДЕНА
Педагогическим советом АНО ПО «ПГТК»
(протокол от 05.02.2026 № 01)
Председатель Педагогического совета, директор
И.Ф. Никитина



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

Специальность 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

Форма обучения – очная

**Нормативный срок освоения программы: на базе среднего общего
образования – 1 год 10 месяцев**

Пермь 2026

Основная профессиональная образовательная программа - программа подготовки специалистов среднего звена (ОПОП ППСЗ) составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама утвержден приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г., № 552

Разработчики: Елькина Зоя Дмитриевна – заместитель директора по учебно-методической работе АНО ПО «ПГТК»; Сединин Александр Алексеевич – помощник директора по воспитательной работе АНО ПО «ПГТК»; Наговицына Наталья Юрьевна – заведующий кафедрой дизайна АНО ПО «ПГТК».

Образовательная программа среднего профессионального образования программа подготовки специалистов среднего звена рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Дизайна, протокол от 04.02.2026г №01.

Зав. кафедрой дизайна _____ Наговицына Н.Ю.

Образовательная программа среднего профессионального образования программа подготовки специалистов среднего звена рассмотрена и одобрена на заседании кафедры математических и естественно-научных дисциплин, протокол от 04.02.2026г №01.

Зав. кафедрой математических и естественно-научных дисциплин _____ Дудина Н.А.

Образовательная программа среднего профессионального образования программа подготовки специалистов среднего звена рассмотрена и одобрена на заседании кафедры правовых дисциплин, протокол от 04.02.2026г №01.

Зав. кафедрой правовых дисциплин _____ Лядова А.С.

Образовательная программа среднего профессионального образования программа подготовки специалистов среднего звена рассмотрена и одобрена на заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол от 04.02.2026г №01.

Зав. кафедрой общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин _____ Семенова А.В.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
1.1 Назначение основной профессиональной образовательной программы	4
1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама.....	5
1.3. Перечень сокращений.....	6
РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	8
РАЗДЕЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА	10
3.1. Область профессиональной деятельности выпускников	10
3.2. Профессиональные стандарты.....	10
3.3. Осваиваемые виды деятельности	13
РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	14
4.1. Общие компетенции	14
4.2. Профессиональные компетенции	17
4.3. Матрица компетенций выпускника.....	26
РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	34
5.1 Учебный план по специальности.....	34
5.2. Календарный учебный график.....	37
5.3. Рабочие программы учебных предметов, дисциплин, курсов (профессиональных модулей).....	39
5.4. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы.....	39
5.5. Практическая подготовка	39
5.6. Государственная итоговая аттестация	40
РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	41
6.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы	41
6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий....	42
6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы	42
6.4. Текущий контроль и промежуточная аттестация	43
6.5 Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы	44

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Назначение основной профессиональной образовательной программы

Настоящая основная профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования программа подготовки специалистов среднего звена (ОПОП СПО ППССЗ) реализуемая автономной некоммерческой организацией профессионального образования «Пермский гуманитарно-технологический колледж» по специальности разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.04 Реклама утвержденным приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г., № 552 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2023г., регистрационный №74908) (далее - ФГОС СПО).

ОПОП СПО ППССЗ разработана с учетом отраслевого подхода, с учетом запроса рынка труда Пермского края. Представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную на Педагогическом совете.

ОПОП ППССЗ определяет объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия реализации образовательной программы.

ОПОП ППССЗ разработана для реализации образовательной программы на базе среднего общего образования, очная форма обучения.

Реализация образовательной программы осуществляется образовательной организацией самостоятельно.

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

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 на педагогическом совете.

Образовательная программа реализуется на государственном языке Российской Федерации.

При реализации образовательной программы образовательная организация вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

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

1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама

Нормативную правовую основу разработки ОПОП ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 N 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 06.08.2021 № 533 "Об утверждении Порядка перевода обучающихся в другую образовательную организацию, реализующую образовательную программу среднего профессионального образования";
- Приказ Министерство науки и высшего образования Российской Федерации N 885 Министерство просвещения Российской Федерации N 390 от 5 августа 2020 года «О практической подготовке обучающихся»;
- Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 N 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минпросвещения России от 14.10.2022 N 906 "Об утверждении Порядка заполнения, учета и выдачи дипломов о среднем профессиональном образовании и их дубликатов";
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г., № 552 Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2023г., регистрационный №74908)
- Приказ Минпросвещения России от 17.05.2022 N 336 "Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования и установлении соответствия отдельных профессий и специальностей среднего профессионального образования, указанных в этих перечнях, профессиям и специальностям среднего профессионального образования, перечни которых

утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 октября 2013 г. N 1199 "Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования".

Локальные акты:

- Положение о режиме занятий обучающихся по программам среднего профессионального образования в АНО ПО «ПГТК»;
- Положение о порядке и формах проведения промежуточной аттестации обучающихся в АНО ПО «ПГТК»;
- Положение о практической подготовке обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалистов среднего звена – ППССЗ);
- Положение о зачете результатов освоения обучающимися учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, дополнительных образовательных программ в других организациях, осуществляющих образовательную деятельность в АНО ПО «ПГТК»;
- Положение об отчислении и восстановлении обучающихся в АНО ПО «ПГТК»;
- Положение о воспитательной работе в АНО ПО «ПГТК»;
- Положение о курсовых работах (проектах), выполняемых обучающимися по программам подготовки специалистов среднего звена в АНО ПО «ПГТК»;
- Положение о самостоятельной работе обучающегося АНО ПО «ПГТК»;
- Положение о порядке и форме проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования в АНО ПО «ПГТК».

С учетом:

- Примерной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама разработанной Федеральным учебно-методическим объединением по УГПС 42.00.00.

1.3. Перечень сокращений

- ВЧ – вариативная часть образовательной программы;
- 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;
- ОПОП СПО ППССЗ – основная профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования программа подготовки специалистов среднего звена;
- ПП- производственная практика;
- ПС – профессиональный стандарт;
- СГ – социально-гуманитарный цикл;
- ТС – технические средства;
- ТФ – трудовая функция;
- УП – учебная практика;
- ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования.

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Параметр	Данные	
Отрасли, для которых разработана ПОП-П	Средства массовой информации и коммуникационные технологии Информационные технологии Туризм и сфера услуг Искусство и креативная индустрия Легкая промышленность	
Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии)	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 11.013 Графический дизайнер 11.010 Фотограф	
Специализированные допуски для прохождения практики, в том числе по охране труда и возраст до 18 лет	Не требуются	
Реквизиты ФГОС СПО	Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама	
Квалификация выпускника	Специалист по рекламе	
Направленности (при наличии):	нет	
Рекомендуемые виды деятельности по освоению профессии рабочих, должности служащих	19459 Фотограф	
Нормативный срок реализации на базе СОО:	1 год 10 мес.	
Нормативный объем образовательной программы: на базе СОО:	2952 а.ч.	
Срок реализации образовательной программы на базе СОО:	1 год 10 мес.	
Объем образовательной программы на базе СОО:	2952 а.ч.	
Количество часов практики за весь период обучения / из них количество часов производственной практики	792/612	
Структура образовательной программы	Объем, в ак.ч.	в т.ч. в форме практической подготовки
Обязательная часть образовательной программы	1908	840
социально-гуманитарный цикл	396	242
общепрофессиональный цикл	432	236
профессиональный цикл	1080	362
в т.ч. практика:	792	792
- учебная	-180	-180
- производственная	-504	-504
-преддипломная	-108	-108

Вариативная часть образовательной программы ¹ :	828	224
МДК.04.03 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	72	34
МДК.05.01 Создание фотоизображений с использованием профессиональных технологий	72	28
МДК.05.02 Компьютерная обработка фотоизображений	72	36
МДК.05.03 Разработка и реализация проектов в области фотографирования	36	18
УП.05.01 Учебная практика	36	36
ПП.05.01 Производственная практика	72	72
Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).	216	
Всего	2952	

¹ Указаны только те дисциплины, МДК, ПМ, практика, которые сформированы в полном объеме за счет часов вариативной части

РАЗДЕЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

3.1. Область профессиональной деятельности выпускников

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

3.2. Профессиональные стандарты

Профессиональный стандарт, учитываемый при разработке ОПОП

№	Код и Наименование ПС	Реквизиты утверждения	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ
1	08.035 Маркетолог	Приказ Минтруда России от 04.06.2018 № 366н	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
				ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
2	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	Приказ Минтруда России 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"
			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

			<p>ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта</p> <p>ТФ С/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
			<p>ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ТФ D/01.5 Проведение аудита веб-сайта</p> <p>ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения</p> <p>ТФ D/06.5 Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
			<p>ОТФ E Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ТФ E/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании</p> <p>ТФ E/03.5 Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p>
			<p>ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа</p> <p>ТФ G/03.5 Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа</p> <p>ТФ G/04.5 Привлечение пользователей в интернет-сообщество</p> <p>ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа</p>

3	06.013 Специалист по информационным ресурсам	Приказ Минтруда России от 19.07.2022 № 420н	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте
			ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта
				ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте
				ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
4	11.013 Графический дизайнер	Приказ Минтруда России от 17.01.2017 № 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
5	11.010 Фотограф	Приказ Минтруда России от 22.12.2014 № 1077н	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/01.4 Фиксация изображения фотографической аппаратурой
				ТФ А/02.4 Организация схемы освещения для создания фотоизображения
				ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра
				ТФ А/04.4 Простая цифровая ретушь, цветокоррекция фотоизображения
			ТФ А/05.4 Воспроизведение фотоизображения	
			ОТФ В Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	ТФ В/02.5 Организация сложной схемы освещения при создании фотоизображения
ТФ В/03.5 Композиционное решение фотокадра				
ОТФ С Обработка фотоизображения с	ТФ С/01.5 Выполнение цветокоррекции и			

			использованием специальных технических средств и технологий	сложной ретуши фотоизображения
--	--	--	---	--------------------------------

3.3. Осваиваемые виды деятельности

Наименование видов деятельности	Код и наименование ПМ
Виды деятельности	
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
Выполнение работ по профессии Фотограф	ПМ.05 Выполнение работ по профессии Фотограф

**РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

4.1. Общие компетенции

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

		деятельности, в том числе цифровые средства
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное 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
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности
		определять источники достоверной правовой информации
		составлять различные правовые документы
		находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать
		оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности		
правила разработки презентации		
основные этапы разработки и реализации проекта		
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
психологические основы деятельности коллектива		
психологические особенности личности		
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке
		проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		правила оформления документов
правила построения устных сообщений		
особенности социального и культурного контекста		
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих	Умения:
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения

	ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Знания: сущность гражданско-патриотической позиции традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения: соблюдать нормы экологической безопасности определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности организовывать профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства основные направления изменения климатических условий региона правила поведения в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения: использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности Знания: роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека основы здорового образа жизни условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности средства профилактики перенапряжения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией 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

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

		потенциала и тенденций развития.
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Навыки: выявления основных и второстепенных конкурентов проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: производить качественные аналитические исследования конкурентной среды уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания: отраслевую терминологию методики и инструменты для проведения маркетингового исследования структуру и алгоритм 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: 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 планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки: планирования системы маркетинговых коммуникаций
		Умения: определять ключевые цели рекламной кампании формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности учитывать мнение заказчика при планировании РК использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых

		коммуникаций.
		Знания:
		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	Навыки:
		разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения:
		составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг создавать план РК с учетом поставленных целей и задач осуществлять медиапланирование определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний преобразовывать требования заказчика в бриф доводить информацию заказчика до ЦА использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
		Знания:

		<p>важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей</p> <p>логику и структуру плана рекламной кампании</p> <p>логику и структуру медиаплана</p> <p>структуру брифа и требования к нему</p> <p>важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании</p>
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:
		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

		<p>сайтов виды и инструменты маркетинговых коммуникаций отраслевую терминологию важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет структуру брифа и требования к нему.</p>
	<p>ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p>Навыки: структуры и базовых принципов рекламного сообщения реализации рекламной кампании в сети Интернет.</p> <p>Умения: использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий конвертировать файлы в нужные форматы использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат размещать рекламные материалы в социальных медиа разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов определять эффективные офферы создавать оригинальные и стильные логотипы составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа создавать оригинальные, современные по стилю сайты использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов повышать информационную наглядность сайтов создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика доводить информацию заказчика до ЦА использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.</p> <p>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.</p>

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/комм уникационной кампании	Навыки: подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умения: использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы доводить информацию заказчика до ЦА использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
		Знания: виды и инструменты маркетинговых коммуникаций 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 социальных сетях и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	Навыки: определения оригинальной идеи для рекламной кампании подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
		Умения: использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания: 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	Навыки: оформления текстовых и графических документов оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
		Умения: использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в

		<p>интернете создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий конвертировать файлы в нужные форматы использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат размещать рекламные материалы в социальных медиа подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов обеспечивать качественное функционирование сайта писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов создавать графические материалы рекламного характера находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа Создавать оригинальные, современные по стилю сайты разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов повышать информационную наглядность сайтов создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</p>
		<p>Знания:</p> <p>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</p>

		технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
Выполнение работ по профессии Фотограф	ПК 5.1 Выполнять фотосъемку, формирование комплекта фотографий на документы и вывод на печать в соответствии с техническими требованиями и рекомендациям	Навыки:
		выполнения фотосъемки на документы
		Умения:
		применять фотоаппаратуру, осветительное и иное оборудование для фотосъемки на документы; выполнять фотосъемку на документы в соответствии с рекомендациями и техническими требованиями.
		Знания:
		основные технологии фото съёмочных процессов; рекомендации и технические требования к фотографиям на документы; приемы работы в программном обеспечении для формирования комплектов фотографий на документы
	ПК 5.2 Выполнять фотосъемку индивидуальных и групповых портретов с классическими схемами светового и композиционного решения в студии, на выезде, в том числе на фоне памятных мест.	Навыки:
		фотосъемки одиночных и групповых портретов в студии и на выезде
		Умения:
применять фотоаппаратуру, осветительное и иное оборудование для фотосъемки индивидуального и группового портретирования; формировать комплекты фотографий на документы различных видов в специализированном программном обеспечении; применять классические схемы освещения и композиции кадра при съемке портретов в студии; строить кадр в соответствии с законами композиции и использовать дневное освещение в сочетании с дополнительным осветительным оборудованием при фотосъемке на выезде; применять компьютерные технологии для подготовки полученных фотографических изображений к выводу на печать (кроме полиграфической); контролировать качество выполняемых работ		
Знания:		
	виды и характеристики основных видов оборудования для фотосъемки; основы фотокомпозиции;	
ПК 5.3 Выполнять ретушь и коррекцию методами компьютерных технологий	Навыки:	
	устранения недостатков цифровых фотографических изображений	
	Умения:	
	применять аналоговые технологии для ретуши негативных и позитивных фотографических изображений; оцифровывать негативные и позитивные фотоматериалы; выполнять цифровую ретушь, не нарушая структуры изображения, в том числе: исправлять множественные мелкие дефекты изображения, дефект "красных глаз", удалять объекты с изображения, устранять сложные дефекты сюжетно важной части кадра, выполнять замену фона по желанию заказчика; выполнять компьютерный монтаж индивидуального портрета заказчика в другие цифровые изображения,	

		не нарушая масштаба изображения лиц, светотеневого рисунка и перспективы; корректировать контраст и яркость цифрового фотографического изображения;
		Знания:
		основы пластической анатомии; основные технологии ручной ретуши; классификацию дефектов цифровых изображений и основные методы их устранения; технологии послойного монтажа цифровых изображений.
	ПК 5.4 Изготавливать фотопродукцию, в том числе фотоальбомы, на базе типовых макетов или индивидуальных макетов заказчиков	Навыки:
		устранения недостатков цифровых фотографических изображений
		Умения:
		изготавливать фотоальбомы и иную фотопродукцию на базе типовых и индивидуальных макетов заказчика
		Знания:
		технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта

4.3. Матрица компетенций выпускника

4.3.1. Матрица соответствия видов деятельности по ФГОС СПО профессиональным стандартам

Наименование вида деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код профессионального стандарта	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Код и наименование трудовой функции
ВД 1 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
	ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
		06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ А/02.4 Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем
			ОТФ В Проведение подготовительных работ для	ТФ В/01.4 Составление контекстно-

			контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	медийного плана продвижения
			ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта
			ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа
		06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга				
06.043 Специалист по интернет-маркетингу		ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения	
				ТФ D/06.5 Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ А/03.4 Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
			ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы
			ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ D/01.5 Проведение аудита веб-сайта
				ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения
	ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа		
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	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"
		06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте

				ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ G/03.5 Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа
				ТФ G/04.5 Привлечение пользователей в интернет-сообщество
		06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
				ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
ВД 4 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	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	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
			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
		11.013 Графический дизайнер	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации,	ТФ С/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
				ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации,

			идентификации и коммуникации	идентификации и коммуникации
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	06.043 Специалист по интернет-маркетингу		ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	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"
	11.013 Графический дизайнер		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
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	06.013 Специалист по информационным ресурсам		ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте
			ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта
	06.043 Специалист по интернет-маркетингу		ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ А/02.4 Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем
			ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной	ТФ А/03.4 Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
			ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной	ТФ В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения

			сети «Интернет»	
		11.013 Графический дизайнер	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ А/02.5 Проверка соответствия оригиналу изготовленных в производстве элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
Выполнение работ по профессии Фотограф	ПК 5.1 Выполнять фотосъемку, формирование комплекта фотографий на документы и вывод на печать в соответствии с техническими требованиями и рекомендациями.	11.010 Фотограф	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/01.4 Фиксация изображения фотографической аппаратурой
				ТФ А/02.4 Организация схемы освещения для создания фотоизображения
	ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра			
	ПК 5.2 Выполнять фотосъемку индивидуальных и групповых портретов с классическими схемами светового и композиционного решения в студии, на выезде, в том числе на фоне памятных мест.		ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/01.4 Фиксация изображения фотографической аппаратурой
			ОТФ В Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	ТФ А/02.4 Организация схемы освещения для создания фотоизображения
				ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра
	ПК 5.3 Выполнять ретушь и коррекцию методами компьютерных технологий		ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ В/02.5 Организация сложной схемы освещения при создании фотоизображения
				ТФ В/03.5 Композиционное решение фотокадра
ПК 5.4 Изготавливать фотопродукцию, в том числе	ОТФ С Обработка фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	ТФ А/04.4 Простая цифровая ретушь, цветокоррекция фотоизображения		
		ТФ С/01.5 Выполнение цветокоррекции и сложной ретуши фотоизображения		
	ОТФ А Создание и воспроизведение	ТФ А/05.4 Воспроизведение фотоизображения		

	фотоальбомы, на базе типовых макетов или индивидуальных макетов заказчиков		фотоизображения стандартными техническими средствами	
--	--	--	--	--

4.3.2. Матрица соответствия компетенций и составных частей ОПОП ППССЗ специальности: 42.02.01 Реклама

Индекс	Наименование	Код общих и профессиональных компетенций, осваиваемых в рамках дисциплин (профессиональных модулей)																								
		Общие компетенции (ОК)								Профессиональные компетенции (ПК)																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	1.1	1.2	1.3	1.4	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4
СГ	Социально-гуманитарный цикл																									
СГ.01	История России	о	о			о	о			о																
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности				о					о																
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	о					о	о																		
СГ.04	Физическая культура				о				о																	
СГ.05	Основы финансовой и правовой грамотности	о		о	о	о				о																
СГ.06	Основы бережливого производства								о																	
ОП	Общепрофессиональный цикл																									
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	о	о	о		о				о	о															
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	о	о	о			о					о														
ОП.03	История экранных искусств	о	о	о			о			о	о															
ОП.04	Рекламная деятельность	о	о	о	о					о	о															
ОП.05	Психология рекламы		о				о																			
ОП.06	Русский язык и культура речи	о	о	о																						
ПК	Профессиональный цикл																									
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта																									
МДК.01.01	Методы сбора и анализ информации	о	о			о	о			о	о	о	о													
МДК.01.02	Маркетинг в рекламе	о	о			о	о			о	о	о	о													
УП.01.01	Учебная практика	о	о			о	о			о	о	о	о													
ПП.01.01	Производственная практика	о	о			о	о			о	о	о	о													
ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий																									
МДК.02.01	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	о	о			о	о			о				о	о											
МДК.02.02	Медиапланирование и медиабаинг	о	о			о	о			о				о	о											
УП.02.01	Учебная практика	о	о			о	о			о				о	о											
ПП.02.01	Производственная практика	о	о			о	о			о				о	о											
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет с помощью цифровых коммуникационных технологий																									
МДК.03.01	Цифровой маркетинг, SMM продвижение	о	о			о				о						о	о	о								
МДК.03.02	Коммуникационные инструменты интернет-среды	о	о			о				о						о	о	о								
УП.03.01	Учебная практика	о	о			о				о						о	о	о								
ПП.03.01	Производственная практика	о	о			о				о						о	о	о								
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях																									
МДК.04.01	Художественное проектирование рекламного продукта и выполнение рекламных проектов в материале	о	о			о				о									о	о	о					
МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	о	о			о				о									о	о	о					
МДК.04.03	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	о	о			о				о									о	о	о					
УП.04.01	Учебная практика	о	о			о				о									о	о	о					
ПП.04.01	Производственная практика	о	о			о				о									о	о	о					
ПМ.05	Выполнение работ по профессии Фотограф																									
МДК.05.01	Создание фотоизображений с использованием профессиональных технологий	о	о			о				о													о	о	о	о
МДК.05.02	Компьютерная обработка фотоизображений	о	о			о				о													о	о	о	о
МДК.05.03	Разработка и реализация проектов в области фотографирования	о	о			о				о													о	о	о	о
УП.05.01	Учебная практика	о	о			о				о													о	о	о	о
ПП.05.01	Производственная практика	о	о			о				о													о	о	о	о
ПДП	Производственная практика (преддипломная)																									
	Государственная итоговая аттестация																									
	Защита дипломного проекта (работы)	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о
	Демонстрационный экзамен	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о	о

РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1 Учебный план по специальности

Учебный план представлен в *Приложение 1*. определяет следующие характеристики ОПОП ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама – специалист по рекламе:

- объемные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам;
- перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных предметов, курсов, дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (междисциплинарных курсов, учебной и производственной практик) по годам обучения и семестрам различных форм промежуточной аттестации по учебным дисциплинам, профессиональным модулям (и их составляющим междисциплинарным курсам, учебной и производственной практике);
- формы государственной итоговой аттестации, объемы времени, отведенные на подготовку и проведение ГИА;
- объем каникул по годам обучения.

Структура ОПОП ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама - специалист по рекламе для обучающихся на базе среднего общего образования в соответствии с ФГОС СОО и ФГОС СПО предполагает изучение следующих учебных циклов:

- социально-гуманитарный цикл - СГ;
- общепрофессиональный цикл - ОП;
- профессиональный цикл;

Обязательная часть ОПОП ППССЗ по циклам составляет не более 70 % от общего объема времени, отведенного на их освоение.

Вариативная часть (не менее 30%) дает возможность расширения и (или) углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части, а также получения дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда и возможностями продолжения образования.

Обязательная часть общего гуманитарного и социально-экономического цикла образовательной программы предусматривает изучение следующих обязательных дисциплин: "История России", "Иностранный язык в профессиональной деятельности",

"Безопасность жизнедеятельности", "Физическая культура", "Основы финансовой грамотности", "Основы бережливого производства".

Общий объем дисциплины "Физическая культура" 108 академических часов. Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья образовательная организация устанавливает особый порядок освоения дисциплины "Физическая культура" с учетом состояния их здоровья.

Освоение дисциплины "Безопасность жизнедеятельности" в объеме 72 академических часа, из них на освоение основ военной службы (для юношей) – 48 часов.

Образовательной программой для подгрупп девушек предусмотрено использование 48 часов от общего объема времени дисциплины "Безопасность жизнедеятельности" на освоение основ медицинских знаний.

Профессиональный цикл образовательной программы включает профессиональные модули, которые формируются в соответствии с основными видами деятельности, предусмотренными настоящим ФГОС СПО.

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

Профессиональный цикл образовательной программы включает профессиональные модули, которые формируются в соответствии с основными видами деятельности, предусмотренными настоящим ФГОС СПО.

В профессиональный цикл образовательной программы входят следующие виды практик: учебная практика и производственная практика, производственная практика (преддипломная).

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

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

Максимальный объем учебной нагрузки составляет 36 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной учебных нагрузок.

5.2. Календарный учебный график

В календарном учебном графике указывается последовательность и продолжительность реализации ОПОП ППСЗ по специальности 42.02.01 Реклама – специалист по рекламе, включая теоретическое обучение, практики, промежуточных аттестаций и государственную итоговую аттестации, каникулы.

Календарный учебный график представлен *Приложение 2*.

5.3. Рабочие программы учебных предметов, дисциплин, курсов (профессиональных модулей)

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

Рабочие программы учебных дисциплин, курсов (профессиональных модулей) разработаны и одобрены кафедрами и утверждаются педагогическим советом АНО ПО «ПГТК». Представлены в Приложение 3.

5.4. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

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

Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы по специальности представлены в **Приложении 4**.

5.5. Практическая подготовка

Практическая подготовка при реализации ОПОП ППСЗ направлена на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы, путем расширения компонентов (частей) образовательной программы, предусматривающих моделирование условий, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

– реализуется, в том числе на рабочем месте предприятия работодателя, при проведении практических занятий, выполнении курсового проектирования (для специальности), всех видов практики и иных видов учебной деятельности;

– может включать в себя отдельные лекции, семинары, которые предусматривают передачу обучающимся в формате демонстрации (моделирования) практических компонентов учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка организуется в специальных помещениях и структурных подразделениях образовательной организации, а также в специально оборудованных помещениях (рабочих местах) профильных организаций (работодателей) на основании договора о практической подготовке обучающихся, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией (работодателем).

5.6. Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация осуществляется в соответствии с Порядком проведения ГИА.

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

Программа ГИА включает общие сведения; требования к проведению демонстрационного экзамена; описание организации и проведения защиты дипломного проекта (работы). Программа ГИА представлена в **приложении 5**.

РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

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

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

Библиотечный фонд образовательной организации укомплектован печатными изданиями, электронными изданиями по каждой дисциплине, модулю из расчета одно печатное издание, электронное издание по каждой дисциплине, модулю на одного обучающегося. Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями, электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы, вышедшими за последние 5 лет.

ОПОП ППССЗ обеспечивается учебно- методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям), видам практик.

В качестве основной литературы используются учебники, учебные пособия, предусмотренные ОПОП ППССЗ.

Все обучающиеся имеют возможность постоянного доступа с любого компьютера к Электронной Библиотечной Системе IPRbooks и Электронной библиотеке Издательского центра «Академия». Электронно-библиотечные системы обеспечивают возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, в т.ч в читальном зале колледжа.

В электронно-библиотечной системе (ЭБС) IPRbooks размещены учебники и учебные пособия, монографии, производственно-практические, справочные издания, периодические издания. В настоящее время в ЭБС IPRbooks представлено более чем 600 издательств. Содержание сайта и контент библиотеки полностью соответствует требованиям ч. 4 Гражданского кодекса РФ и законодательству об авторском праве. Контент ЭБС IPRbooks ежемесячно обновляется новыми электронными учебными и периодическими изданиями. Обучающиеся имеют доступ к более чем 140 000 изданий — учебников, учебных пособий, монографий, журналов. В читальном зале и

компьютерных классах обучающиеся и преподаватели имеют доступ к информационным системам. В читальном зале предоставляется бесплатный Интернет.

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

Перечень кабинетов и специальных помещений:

Социально-гуманитарных дисциплин

Лаборатория "Безопасности жизнедеятельности"

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей»

Лаборатория «Компьютерного дизайна»

Лаборатория «Информационных и коммуникационных технологий»

Лаборатория «Компьютерной графики и видеомонтажа»

Мастерская «Веб - дизайн и разработка»

Мастерская «Программные решения для бизнеса»

Самостоятельной и воспитательной работы

Спортивный комплекс

Читальный зал/Библиотека/

Актный зал

6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

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

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

6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы

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

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: 11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия, а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии

соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

Работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать 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: 11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия, а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

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

6.4. Текущий контроль и промежуточная аттестация

Оценка качества освоения ОПОП ППССЗ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестаций обучающихся.

Учебные предметы, дисциплины и междисциплинарные курсы (профессиональные модули), в т.ч. введенные за счет часов вариативной части ППССЗ, являются обязательными для аттестации элементами ППССЗ, их освоение завершается одной из возможных форм промежуточной аттестации: зачет, дифференцированный зачет, экзамен, экзамен квалификационный, комплексный экзамен, комплексный зачет, комплексный дифференцированный зачет.

Формы и порядок промежуточной аттестации по каждой дисциплине, междисциплинарному курсу (профессиональному модулю) выбираются Колледжем самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения, периодичность промежуточной аттестации определяется учебными планами. Количество экзаменов в процессе промежуточной аттестации обучающихся не превышает 8 в учебном году, а количество зачётов – 10.

Текущий контроль успеваемости подразумевает регулярную проверку и контроль освоения обучающимися программного материала учебных дисциплин, междисциплинарных курсов, профессиональных модулей. Текущий контроль знаний осуществляется на учебном занятии. Формы контроля: устный опрос, фронтальный

опрос, письменный опрос, контрольная работа, практическая работа, лабораторная работа, зачет по теме и др.

Промежуточная аттестация обучающихся регламентируется учебным планом, расписаниями экзаменов. Каждый семестр, в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком, завершается промежуточной аттестацией.

Результаты экзаменов и дифференцированных зачетов определяются следующими оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Результаты сдачи зачётов определяются оценками «зачтено», «не зачтено».

Целью проведения экзамена квалификационного является проверка освоения профессионального модуля (вида деятельности). В процессе экзамена квалификационного проверяется сформированность у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду деятельности согласно ФГОС СПО. Результатом освоения вида деятельности по профессиональному модулю является решение экзаменационной комиссии «освоен» или «не освоен».

Для максимального приближения программ промежуточной аттестации обучающихся по профессиональным модулям (экзамен квалификационный) к условиям их будущей профессиональной деятельности в качестве внештатных экспертов привлекаются работодатели.

Для аттестации обучающихся по специальности 42.02.01 Реклама на соответствие их персональных достижений созданы оценочные материалы, позволяющие оценить умения, знания, навыки и освоенные компетенции.

Оценочные материалы для промежуточной и государственной итоговой аттестации разрабатываются кафедрами, утверждаются на педагогическом совете АНО ПО «ПГТК».

Оценочные материалы включают в себя: контрольные вопросы и типовые задания для практических, контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить знания, умения, навыки и освоенные компетенции.

6.5 Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы

Расчеты нормативных затрат оказания образовательных услуг по реализации образовательной программы в соответствии с направленностью и квалификацией составляет:

42.02.01 Реклама (стандартная стоимость обучения)	Учебный год	Стоимость уч.года
<i>Очная форма</i>		
1 курс	2026/2027	
2 курс	2027/2028	
Стоимость обучения за весь период		

42.02.01 Реклама (льготная стоимость обучения)	Учебный год	Стоимость уч.года
<i>Очная форма</i>		
1 курс	2026/2027	
2 курс	2027/2028	
Стоимость обучения за весь период		

Образовательная организация приводит расчетную величину стоимости услуги в соответствии с рекомендациями федеральных и региональных нормативных документов.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания педагогического совета
1	2	3
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
13.		