

государственное автономное профессиональное образовательное  
учреждение Ростовской области  
«Ростовский колледж рекламы, сервиса и туризма «Сократ»

Согласовано  
ген. директор  
ООО «РУСМЕДИА ГРУППА»  
Монастырь А.А.  
М.П.



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГАПОУ РО «РКРСТ «Сократ»  
А.Ю. Ковалев  
«30» «05» 2025г.





**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**  
**Уровень профессионального образования**  
**Среднее профессиональное образование**  
**Образовательная программа**  
**программа подготовки специалистов среднего звена**  
**Специальность 42.02.01 Реклама**

**Виды деятельности:**

1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.
2. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
3. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.
4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.
5. Фотограф

**Квалификация выпускника «специалист по рекламе»**

РАССМОТРЕНА  
цикловой методической комиссией  
рекламных технологий  
Протокол № 10 от 30.05 2025г.  
Председатель ЦМК  
 М.В. Ковалева

ОДОБРЕНА  
на заседании Педагогического Совета  
Протокол № 5/25 от 22.05 2025г.  
Секретарь  Любимова М.В.

г.Ростов-на-Дону  
2025г.

## Содержание

<b>Раздел 1. Общие положения</b>	<b>3</b>
<b>Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы</b>	<b>4</b>
<b>Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника</b>	<b>5</b>
<b>Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы</b>	<b>6</b>
4.1. Общие компетенции	6
4.2. Профессиональные компетенции	10
<b>Раздел 5. Структура образовательной программы</b>	<b>17</b>
5.1. Учебный план	17
5.2. Календарный учебный график	18
5.3. Рабочая программа воспитания	21
5.4. Календарный план воспитательной работы	21
<b>Раздел 6. Условия реализации образовательной программы</b>	<b>21</b>
6.1. Требования к материально-техническому оснащению образовательной программы	21
6.2. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы	30
6.3. Требования к практической подготовке обучающихся	40
6.4. Требования к организации воспитания обучающихся	40
6.5. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы	41
6.6. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы	41
<b>Раздел 7. Формирование оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации</b>	<b>42</b>
<b>Раздел 8. Разработчики основной образовательной программы</b>	<b>42</b>

## **Раздел 1. Общие положения**

1.1. Настоящая основная образовательная программа (далее – ООП) по специальности 42.02.01 Реклама разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.06.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама» (далее – ФГОС, ФГОС СПО).

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

Основная образовательная программа (далее – ООП), реализуется на базе основного общего образования, разрабатывается на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и ФГОС СПО с учетом получаемой специальности.

### **1.2. Нормативные основания для разработки ООП:**

- Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21.06.2023г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама»;
- Приказ Минобрнауки России от 17.05.2012 N 413 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2012 N 24480);
- Приказ Министерства просвещения РФ от 12 августа 2022 г. № 732 "О внесении изменений в федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413";
- Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17.01.2017 № 40н «Об утверждении профессионального стандарта «Графический дизайнер»;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.12.2014 № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф»;
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 5 августа 2020 г. N 882/391

«Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ»;

- [Приказ Минпросвещения России от 14.07.2023 N 534 "Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение" \(Зарегистрировано в Минюсте России 14.08.2023 N 74776\)](#);

- Областной закон Ростовской области от 14.11.2013 № 26-ЗС «Об образовании в Ростовской области».

– Областной закон Ростовской области от 06.05.2016 № 528-ЗС «О патриотическом воспитании граждан в Ростовской области».

– Областной закон Ростовской области от 25.12.2014 № 309-ЗС «О государственной молодежной политике в Ростовской области».

### 1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ПОП-П:

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ООП – основная образовательная программа;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ПС – профессиональный стандарт;

СГ – социально-гуманитарный цикл;

ОП – общепрофессиональный цикл/общепрофессиональная дисциплина;

П – профессиональный цикл;

ПМ – профессиональный модуль;

МДК – междисциплинарный курс;

ПА – промежуточная аттестация;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ГИА – государственная итоговая аттестация;

КОД- комплект оценочной документации;

ЦПДЭ – центр проведения демонстрационного экзамена.

## **Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы**

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: «специалист по рекламе».

Выпускник образовательной программы по квалификации «специалист по рекламе» осваивает общие<sup>1</sup> виды деятельности:

1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;

2. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

3. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

Получение образования по специальности допускается только в профессиональной образовательной организации.

Формы обучения: очная, заочная.

Объем образовательной программы, реализуемой на базе основного общего образования по квалификации: «специалист по рекламе» – 4428 академических часов.

---

<sup>1</sup> Общий вид деятельности является обязательным к освоению при выборе любой направленности.

Объем образовательной программы, реализуемой на базе среднего общего образования по квалификации: «специалист по рекламе» – 2952 академических часов.

Срок получения образования по образовательной программе, реализуемой на базе основного общего образования по квалификации: «специалист по рекламе» – 2 года 10 месяцев.

Срок получения образования по образовательной программе, реализуемой на базе среднего общего образования по квалификации: «специалист по рекламе» – 1 год 10 месяцев.

### Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область профессиональной деятельности выпускников<sup>2</sup>: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

3.2. Соответствие видов деятельности профессиональным модулям и присваиваемой квалификации:

Наименование видов деятельности	Наименование профессиональных модулей
1	2
<b>Виды деятельности</b>	
ВД 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ВД 02 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
ВД 03. 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
ВД 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	Фотограф

<sup>2</sup> Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 29.09.2014г. №667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов деятельности)» (зарегистрирован Министерством юстиции 19.11.2014г., регистрационный №34779)

## Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

### 4.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p><b>Умения:</b></p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части</p> <p>определять этапы решения задачи</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы</p> <p>составлять план действия</p> <p>определять необходимые ресурсы</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>реализовывать составленный план</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>структуру плана для решения задач</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02	Использовать современные средства	<p><b>Умения:</b></p>

	<p>поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>
ОК 03	<p>Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	<p><b>Умения:</b></p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации</p> <p>современная научная и профессиональная терминология</p>

		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	<b>Умения:</b>
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		<b>Знания:</b>
		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	<b>Умения:</b>
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		<b>Знания:</b>
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	<b>Умения:</b>
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		<b>Знания:</b>
		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	<b>Умения:</b>
		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
		<b>Знания:</b>
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
		принципы бережливого производства
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	<b>Умения:</b>
		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
		<b>Знания:</b>
		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	<b>Умения:</b>
		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
		<b>Знания:</b>
		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. Определение целевой аудитории и целевых групп	<b>Практический опыт:</b> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		<b>Умения:</b> - 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.
		<b>Знания:</b> - 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	<b>Практический опыт:</b> - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		<b>Умения:</b> - производить качественные аналитические исследования рынка.
		<b>Знания:</b> - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	<b>Практический опыт:</b> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		<b>Умения:</b> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		<b>Знания:</b> - 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 цели и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<b>Практический опыт:</b> - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		<b>Умения:</b> Преобразовывать требования заказчика в бриф
		<b>Знания:</b> - 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	ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний,	- <b>Практический опыт:</b> Планирования системы маркетинговых коммуникаций
		<b>Умения:</b> - Определять ключевые цели рекламной кампании

планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	акций и мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК</li> <li>- Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения</li> <li>- Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание</li> <li>- Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки</li> <li>- Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач</li> <li>- - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)</li> <li>- Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;</li> <li>- учитывать мнение заказчика при планировании РК;</li> <li>- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методики рекламного планирования;</li> <li>- инструментов рекламного планирования;</li> <li>- систему маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</li> <li>- принципы выбора каналов коммуникации;</li> <li>- аудиторию различных средств рекламы;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- принципы стратегического и оперативного планирования РК;</li> <li>- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета</li> <li>- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;</li> <li>- принципы функционирования современных социальных медиа;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.</li> </ul>
	<p>ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p> <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;</li> <li>- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</li> <li>- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять медиапланирование;</li> <li>- определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета;</li> <li>- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;</li> <li>- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;</li> <li>- использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;</li> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li> <li>- логику и структуру плана рекламной кампании;</li> <li>- логику и структуру медиаплана;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.</li> </ul>
<p>Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p>	<p>ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.</li> </ul>
		<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;</li> <li>- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul>
	<p>ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;</li> <li>- способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul>
		<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора и использования оффера;</li> <li>- разработки рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;</li> <li>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li> <li>- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;</li> <li>- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и</li> </ul>

		<p>достоверных мокапов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечивать качественное функционирования сайта;</li> <li>- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;</li> <li>- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- учитывать мнение заказчика при планировании РК.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>- требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему.</li> </ul>
	<p>ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;</li> <li>- реализации рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета;</li> <li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;</li> <li>- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;</li> <li>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>- размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> <li>- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;</li> <li>- определять эффективные офферы;</li> <li>- создавать оригинальные и стильные логотипы;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>- повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;</li> <li>- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;</li> <li>- использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;</li> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.</li> </ul>
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	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.</li> </ul>
		<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);</li> <li>- поиска и подбора оригинального нейма и слогана.</li> </ul>
		<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета</li> <li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;</li> <li>- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых</li> </ul>

		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		<b>Практический опыт:</b> -определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
		<b>Умения:</b> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		<b>Знания:</b> - 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		<b>Практический опыт:</b> - 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 видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
		<b>Умения:</b> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде

		<p>мудборда или референсов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>- Создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;</li> <li>- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>- повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>- требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- технические средства создания визуального контента;</li> <li>- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.</li> </ul>
--	--	--

## **Раздел 5. Структура образовательной программы**

### **5.1. Учебный план по программе подготовки специалиста среднего звена представлен в приложении**

Учебный план определяет качественные и количественные характеристики образовательной программы по специальности :

- объёмные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам;
- перечень учебных дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (междисциплинарных курсов, учебной и производственной практик);
- последовательность изучения учебных дисциплин и профессиональных модулей;
- виды учебных занятий;
- распределение различных форм промежуточной аттестации по годам обучения и по семестрам;
- объёмные показатели подготовки и проведения государственной итоговой аттестации, условия проведения демонстрационного экзамена в структуре процедур государственной итоговой аттестации.

Учебный план составлен с учетом предложенной структуры в ПООП

Объем самостоятельной работы обучающихся определяется в соответствии с требованиями ФГОС по специальности в пределах объема образовательной программы в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренным тематическим планом и содержанием учебной дисциплины (междисциплинарного курса). Объем самостоятельной работы не превышает 30%.

Объем учебной нагрузки обучающегося составляет 36 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению ООП. Объем аудиторной учебной нагрузки не превышает 36 академических часов в неделю.

### **5.2. Календарный учебный график.**

График заполняется на весь срок обучения. Календарный учебный график основывается на сроке освоения программы СПО, прописанной в ФГОС СПО. ФГОС СПО определяет в неделях время обучение по учебным циклам, учебную и производственную практику, промежуточную аттестацию, государственную итоговую аттестацию (далее – ГИА) и каникулы.

В календарном учебном графике отражено:

- объемы учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам;
- сроки прохождения и продолжительность практики;
- распределение по годам обучения и семестрам различных форм промежуточной аттестации по учебным дисциплинам, профессиональным модулям (и их составляющим);
- формы ГИА, объемы времени, отведенные на подготовку и проведение демонстрационного экзамена и подготовку и защиту дипломной работы;
- объем каникул по годам обучения.

В соответствии с учебным графиком начало учебного года с 1 сентября, окончание на 1 и 2 курсах – 30 июня. Время завершения обучения на последнем курсе зависит от общей продолжительности обучения по каждой специальности.

Продолжительность каникул в учебном году составляет 11 недель, в том числе 2 недели в зимний период.

Формы, периодичность и порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся определяются в соответствие с учебным планом.

Количество экзаменов в процессе промежуточной аттестации обучающихся не превышает 8 экзаменов в учебном году, а количество зачетов – 10. В указанное количество не входят экзамены и зачеты по физической культуре.

Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в день, освобожденный от других форм учебной нагрузки. Промежуточная аттестация в форме зачета или дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на освоение соответствующего модуля или дисциплины.

Практика входит в профессиональный цикл и имеет следующие виды - учебная практика и производственная практика, которые реализуются в форме практической подготовки. Учебная практика проводится рассредоточено на базе колледжа чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей. Производственная практика проводится концентрированно по графику 36 часовой рабочей недели на заключительных этапах изучения профессиональных модулей на базе профильных предприятий различных организационно-правовых форм на договорной основе.

При освоении программ профессиональных модулей в последнем семестре изучения формой аттестации по модулю (промежуточной аттестации по ООП) является экзамен (квалификационный), который позволяет проверить готовность обучающегося к выполнению изучаемого вида профессиональной деятельности и сформированность компетенций, определенных в разделе «Требования к результатам освоения ППСЗ» ФГОС СПО. Итогом проверки является оценка.

Получение обучающимися профессионального обучения по профессии рабочего, должности служащего в рамках образовательной программы среднего профессионального образования завершается сдачей квалификационного экзамена. По его итогам обучающийся получает свидетельство о профессии рабочего, должности служащего.

В связи с выполнением обучающимися в рамках ГИА дипломной работы целесообразно включение в учебный план преддипломной практики. Преддипломная практика проводится в форме практической подготовки после последней сессии и реализуется на базе профильных предприятий различных организационно-правовых форм на договорной основе. Обязательная учебная нагрузка обучающихся при прохождении преддипломной практики составляет 36 часов в неделю.

Освоение основной образовательной программы завершается ГИА, которая является обязательной и отражается последней в календарном учебном графике.

При расчете продолжительности обучения и каникул в указанную продолжительность не входят нерабочие праздничные дни. Осуществление образовательной деятельности по образовательной программе в нерабочие праздничные дни не проводится.



### **5.3. Рабочая программа воспитания**

5.3.1. Цели и задачи воспитания обучающихся при освоении ими образовательной программы:

Цель рабочей программы воспитания – создание организационно-педагогических условий для формирования личностных результатов обучающихся, проявляющихся в развитии их позитивных чувств и отношений к российским гражданским (базовым, общенациональным) нормам и ценностям, закреплённым в Конституции Российской Федерации, с учетом традиций и культуры субъекта Российской Федерации, деловых качеств специалистов среднего звена, определенных отраслевыми требованиями (корпоративной культурой).

Задачи:

- формирование единого воспитательного пространства, создающего равные условия для развития обучающихся профессиональной образовательной организации;
- организация всех видов деятельности, вовлекающей обучающихся в общественно-ценностные социализирующие отношения;
- формирование у обучающихся профессиональной образовательной организации общих ценностей, моральных и нравственных ориентиров, необходимых для устойчивого развития государства;
- усиление воспитательного воздействия благодаря непрерывности процесса воспитания.

5.3.2. Рабочая программа воспитания представлена в приложении.

5.4. Календарный план воспитательной работы представлен в приложении.

## **Раздел 6. Примерные условия реализации образовательной программы**

### **6.1. Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы**

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

#### **Перечень специальных помещений**

##### **Кабинеты:**

Социально-экономических дисциплин

Иностранного языка

Безопасности жизнедеятельности

Кабинет «Композиции, рисунка и живописи»

Основы финансовой грамотности

Основ бережливого производства

Психологии в рекламе

Истории экранных искусств

Маркетинговых исследований

Дизайна и макетирования рекламной продукции

Брендинга и бренд менеджмента  
Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

**Лаборатории:**

Информационных технологий  
Цифровых коммуникационных технологий  
Компьютерной графики  
Видеостудия  
Фотостудия

**Спортивный комплекс<sup>3</sup>**

Спортивный зал

**Залы:**

– библиотека, читальный зал с выходом в интернет;  
– актовый зал;  
и др.

6.1.2. Материально-техническое оснащение кабинетов, лабораторий, полигона и баз практики по специальности.

Образовательная организация, реализующая программу по специальности 42.02.01 Реклама, должна располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам в разрезе выбранных траекторий. Минимально необходимый для реализации ООП перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

6.1.2.1. Оснащение кабинетов

«Кабинет «Гуманитарных и социально-экономических дисциплин»

1. Рабочее место преподавателя
2. Комплект ученической мебели
3. Доска ученическая
4. Мультимедийный проектор, экран
5. Компьютер с выходом в Интернет
6. Шкаф
7. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows 7 Pro
8. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
9. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
10. Обозреватели интернета.
11. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.  
Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов

---

<sup>3</sup> Образовательная организация для реализации учебной дисциплины «Физическая культура» должна располагать спортивной инфраструктурой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, предусмотренных учебным планом.

Кабинет «Иностранный язык».

1. стол и стул преподавателя
2. столы учебные по числу учащихся
3. стулья по числу учащихся
4. Доска ученическая
5. Компьютер
6. Шкафы
7. Аудиомагнитофон
8. Комплекты грамматических таблиц
9. Комплект аудио и видеоматериалов к учебным занятиям
10. Электронные презентации к урокам
11. Комплекты дидактических материалов
12. Программное обеспечение: Операционная система Astra Linux
13. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ R7 Office
14. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
15. Обозреватели интернета.
16. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.

Кабинет «Безопасности жизнедеятельности».

1. Рабочее место преподавателя
  2. Комплект ученической мебели
  3. Доска ученическая
  4. Мультимедийный проектор, экран
  5. Компьютер
  6. Шкафы
  7. Уголок противопожарный
  8. Уголок антитеррористический
  9. Уголок ГО и ЧС
  10. Противогазы
  11. Программное обеспечение: Операционная система Astra Linux
  12. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ R7 Office
  13. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
  14. Обозреватели интернета.
- Информационно-поисковые системы для сети Интернет.

Кабинет «Композиции, рисунка и живописи»

1. Рабочее место преподавателя
2. Компьютер
3. Проектор, экран
4. Комплект учебной мебели
5. Доска
6. Мольберты
7. Комплект гипсовых геометрических тел
8. Столики под постановки
9. Светильники
10. Гипсовые орнаменты
11. Архитектурные детали
12. Гипсовые слепки голов
13. Фигура человека
14. Комплект анатомических таблиц мышечного покрова
15. Драпировки
16. Слепок античной вазы
17. Предметы быта

18. Муляжи
19. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows 7 Pro
20. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
21. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
22. Обозреватели интернета.
23. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.  
Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов

#### Кабинет «Основы финансовой грамотности»

1. Рабочее место преподавателя
2. Комплект ученической мебели
3. Доска ученическая
4. Мультимедийный проектор, экран
5. Компьютер
6. Шкаф
7. Плакаты
8. Программное обеспечение: Операционная система Astra Linux
9. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ R7 Office
10. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
11. Обозреватели интернета.
12. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.

#### Кабинет «Основ бережливого производства»

1. Рабочее место преподавателя
2. Комплект ученической мебели
3. Доска ученическая
4. Мультимедийный проектор, экран
5. Компьютер
6. Шкаф
7. Плакаты
8. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2
9. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
10. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
11. Обозреватели интернета.
12. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.

#### Кабинет «Психологии в рекламе»

1. Рабочее место преподавателя
2. Комплект ученической мебели
3. Доска ученическая
4. Компьютер
5. Шкафы
6. Программное обеспечение: Операционная система Astra Linux
7. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ R7 Office
8. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
9. Обозреватели интернета.
10. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.

#### Кабинет «Истории экранных искусств»

1. Рабочее место преподавателя
2. Компьютер
3. Проектор, экран

4. Комплект учебной мебели
5. Доска
6. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows 7 Pro
7. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
8. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
9. Обозреватели интернета.
10. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
11. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов

Кабинет «Маркетинговых исследований»

13. Рабочее место преподавателя
14. Комплект ученической мебели
15. Доска ученическая
16. Мультимедийный проектор, экран
17. Компьютер
18. Шкафы
19. Плакаты
20. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2
21. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
22. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
23. Обозреватели интернета.  
Информационно-поисковые системы для сети Интернет.

Кабинет «Дизайн и макетирования рекламной продукции»

1. Рабочее место преподавателя
2. Компьютеры
3. Компьютерные столы, стулья
4. Комплект учебной мебели
5. Доска
6. Проектор, экран
7. Шкафы
8. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2
9. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
10. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
11. Обозреватели интернета.
12. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
13. Adobe Photoshop
14. Corel DRAW Graphics Suite X5
15. Видеоредактор Pinnacle Studio
16. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов

Кабинет «Брендинга и бренд менеджмента»

17. Рабочее место преподавателя
18. Компьютеры
19. Компьютерные столы, стулья
20. Комплект учебной мебели
21. Доска
22. Проектор, экран
23. Шкафы
24. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2

25. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
26. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
27. Обозреватели интернета.
28. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
29. Adobe Photoshop
30. Corel DRAW Graphics Suite X5
31. Видеоредактор Pinnacle Studio
32. *Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов*

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний»

33. Рабочее место преподавателя
34. Компьютеры
35. Компьютерные столы, стулья
36. Комплект учебной мебели
37. Доска
38. Проектор, экран
39. Шкафы
40. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2
41. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
42. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
43. Обозреватели интернета.
44. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
45. Adobe Photoshop
46. Corel DRAW Graphics Suite X5
47. Видеоредактор Pinnacle Studio
48. *Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов*

6.1.2.2. Оснащение помещений, задействованных при организации самостоятельной и воспитательной работы.

Кабинет «Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет»

1. Библиотечный фонд
2. Таймер суточный механический
3. Компьютер
4. Принтер
5. Доска магнитно-маркерная
6. Сплит-система
7. Стенды информационные
8. Телевизор
9. Вешалка-стойка
10. Жалюзи
11. Столы
12. Стулья
13. Шкафы книжные
14. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows 7 Pro
15. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
16. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
17. Обозреватели интернета.
18. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
19. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов
20. Электронно-библиотечная система BOOK.RU

21. Образовательная платформа «Юрайт»
22. Электронный справочником «Информиио»
23. Электронный периодическим справочником «Гарант»

#### Кабинет «Актальный зал»

1. Проектор, экран
2. Ноутбук
3. Картина модульная
4. Микшер 8 моно, 2 стерео, встроенный процессор, специальные настройки для караоке
5. Микрофоны
6. Звукоусилительное оборудование
7. Прибор для очистки воздуха
8. Доска магнитно-маркерная
9. Пианино
10. Световой прибор
11. Стойка микрофонная
12. Столик СПС
13. Гитара классическая
14. Кондиционер
15. Кресла
16. Стол компьютерный малый
17. Стол президиумный
18. Стулья «ИСО»
19. Трибуна
20. Флаг города
21. Флаг области
22. Флаг колледжа

#### 6.1.2.3. Оснащение лабораторий

##### Лаборатория «Информационных технологий»

1. Рабочее место преподавателя
2. Компьютеры
3. Компьютерные столы, стулья
4. Комплект учебной мебели
5. Доска
6. Проектор, экран
7. Шкафы
8. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2
9. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
10. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
11. Обозреватели интернета.
12. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
13. Adobe Photoshop
14. Corel DRAW Graphics Suite X5
15. Видеоредактор Pinnacle Studio
16. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов

##### Лаборатория «Цифровых коммуникационных технологий»

1. Рабочее место преподавателя
2. Компьютеры
3. Компьютерные столы, стулья
4. Комплект учебной мебели

5. Доска
6. Проектор, экран
7. Шкафы
8. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2
9. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
10. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
11. Обозреватели интернета.
12. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
13. Adobe Photoshop
14. Corel DRAW Graphics Suite X5
15. Видеоредактор Pinnacle Studio
16. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов

#### Лаборатория «Компьютерной графики»

1. Рабочее место преподавателя
2. Компьютеры
3. Компьютерные столы, стулья
4. Комплект учебной мебели
5. Доска
6. Проектор, экран
7. Шкафы
8. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2
9. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
10. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
11. Обозреватели интернета.
12. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
13. Adobe Photoshop
14. Corel DRAW Graphics Suite X5
15. Видеоредактор Pinnacle Studio
16. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов

#### Лаборатория «Видеостудия»

17. Рабочее место преподавателя
18. Компьютеры
19. Компьютерные столы, стулья
20. Комплект учебной мебели
21. Доска
22. Проектор, экран
23. Шкафы
24. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows server 2012R2
25. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
26. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
27. Обозреватели интернета.
28. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
29. Adobe Photoshop
30. Corel DRAW Graphics Suite X5
31. Видеоредактор Pinnacle Studio
32. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов
33. Акустическая система
34. Цифровая видеокамера

#### Лаборатория «Фотостудия»

1. Рабочее место преподавателя
2. Комплект ученической мебели
3. Шкафы книжные
4. Тумба с ящиками
5. Проекторный столик
6. Компьютер (системный блок, монитор, клавиатура, мышь)
7. Проектор (+ пульт)
8. Система крепления фонов (белый, черный, коричневый фон)
9. Фотоаппарат цифровой зеркальный со сменными объективами (аккумулятор, объектив, шнуры)
10. Объектив 15-85мм
11. Штатив
12. Моноблоки импульсного света
13. Стойки
14. Насадки на осветительное оборудование
15. Синхронизаторы
16. Рециркулятор бактерицидный
17. Кубы
18. Колонна
19. Планшеты
20. Программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows 7 Pro
21. Программное обеспечение: Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
22. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
23. Обозреватели интернета.
24. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
25. Adobe Photoshop
26. Corel DRAW Graphics Suite X5
27. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов

#### 6.1.2.4. Оснащение баз практик

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется рассредоточено в лабораториях, мастерских профессиональной образовательной организации и (или) в организациях соответствующего профиля и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, в том числе оборудования и инструментов, используемых при проведении чемпионатов профессионального мастерства и указанных в инфраструктурных листах конкурсной документации.

Производственная практика реализуется в организациях соответствующего профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

#### 6.1.3. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

## **6.2. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы**

6.2.1. Библиотечный фонд образовательной организации должен быть 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 должна обеспечиваться учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям).

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

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

### **Перечень основных источников литературы**

#### **ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**

##### **Основные издания**

1. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 142 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21462-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587322>

2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583703>

##### **Дополнительные источники**

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.

2. Дальдинова, Э. О. Г. Функции и цели рекламы / Э. О. Г. Дальдинова, Д. Ю. Зодьбинова // Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований : сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции,

Екатеринбург, 13 мая 2020 года. – Стерлитамак: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2020. – С. 97-99. Москва: Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356056>

3. *Кольшикина, Т. Б.* Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшикина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587073>.

4. Рыжиков, С. Н., Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности + Приложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2024. — 245 с. — ISBN 978-5-406-12210-5. — URL: <https://book.ru/book/951076>

5. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»;

6. Сайт о рекламе и маркетинге Advertology.ru;

7. Сайт о рекламном рынке Adindex.ru;

8. Сайт о новостях маркетинга и рекламы Sostav.ru;

9. Интернет-издание о бизнесе, инновациях, маркетинге и технологиях

10. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России Akarussia.ru.

## **ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**

### **Основные издания**

1. *Семенова, Л. М.* Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 142 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21462-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587322>

2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140>

### **Дополнительные источники**

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>

2. *Фролов, Ю. В.* Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов : учебник для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев ; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585127>

3. *Пашкус, Н. А.* Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус, В. Ю. Пашкус, М. В. Пашкус. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21427-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583946>.

4. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

5. *Синяева, И. М.* Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е

изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583816>

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)
4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: [www.a-z.ru/assoc/osr/](http://www.a-z.ru/assoc/osr/)
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке [adindex.ru](http://adindex.ru/);
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы [www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru/);
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы [www.bigadvenc.ru](http://www.bigadvenc.ru)
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": [www.advertology.ru/](http://www.advertology.ru/)
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>

### **ПМ 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и мероприятий**

#### **Основные издания**

Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542275>

Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 255 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19025-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555773>

#### **Дополнительные источники**

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.
2. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд.. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
3. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24.
4. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования: материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.
5. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика. – 2019. – № 2(15). – С. 188-194.

6. Гуриева, Л. К. Возможности интернет-маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Г. Э. Батагов // Управление экономическими и социальными системами региона : Сборник научных трудов / Под редакцией С.Ф. Дзагоева. – Владикавказ : Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2019. – С. 120-126.

7. Гюмюшлю, А. И. Методы продвижения с использованием Интернет-маркетинга / А. И. Гюмюшлю, Ж. Санду // Практический маркетинг : Материалы IV международной студенческой научно-практической конференции, Москва, 24 апреля 2019 года / Ответственный редактор И.Л. Сурат. – Москва: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский экономический институт», 2019. – С. 356-363.

#### **ПМ 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.**

##### **Основные издания**

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545458>

2. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 159 с.

3. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543698>

4. [Сутуга, О. Н., Информационный дизайн и медиа : учебник / О. Н. Сутуга. — Москва : КноРус, 2024. — 290 с. — ISBN 978-5-406-13295-1. — URL: https://book.ru/book/954405](https://book.ru/book/954405)

5. Сутуга, О. Н., Информационный дизайн и медиа. Практикум : учебное пособие / О. Н. Сутуга. — Москва : КноРус, 2024. — 311 с. — ISBN 978-5-406-13296-8. — URL: <https://book.ru/book/954406>

##### **Дополнительные источники**

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.

2. Романов А. А., Васильев Г. А., Поляков В. А. Разработка рекламного продукта: учебное пособие.- : Вузовский учебник, Инфра-М, 2020–320 с.

3. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 177 с.

4. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для СПО.- М.: Юрайт, 2019– 380 с.

5. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 502 с.

6. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

7. Сутуга, О. Н., Многостраничный дизайн. Практикум : учебное пособие / О. Н. Сутуга. — Москва : КноРус, 2024. — 245 с. — ISBN 978-5-406-12194-8. — URL: <https://book.ru/book/950617>

8. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516114>

9. Сутуга, О. Н., Многостраничный дизайн : учебник / О. Н. Сутуга. — Москва : КноРус, 2024. — 307 с. — ISBN 978-5-406-12173-3. — URL: <https://book.ru/book/950615>

10. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545458>

11. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545354>

#### **ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих должностям служащих. МДК 05.01 Фотограф**

##### **Основные издания**

1. Левкина, А. В., Основы фотографии : учебное пособие / А. В. Левкина. — Москва : КноРус, 2025. — 141 с. — ISBN 978-5-406-13775-8. — URL: <https://book.ru/book/955533>. — Текст : электронный.

##### **Дополнительные источники**

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.

2. Романов А. А., Васильев Г. А., Поляков В. А. Разработка рекламного продукта: учебное пособие.- : Вузовский учебник, Инфра-М, 2020–320 с.

3. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545458>

4. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542275>

5. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : монография / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 473 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-12307-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543341>

6. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — ISBN 978-5-534-18773-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545519>

7. *Кон-Винер, Э.* История стилей изобразительных искусств / Э. Кон-Винер. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 199 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-14507-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544295>

8. *Колышкина, Т. Б.* Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545458>

## **ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе**

### **Основные издания**

1. *Оськина, Т. В.* Основы композиции и дизайна : учебное пособие / Т. В. Оськина. — Москва : КноРус, 2026. — 146 с. — ISBN 978-5-406-14842-6. — URL: <https://book.ru/book/958309>. — Текст : электронный.

2. *Скакова, А. Г.* Рисунок и живопись : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542206>

3. *Киплик, Д. И.* Техника живописи : учебник для среднего профессионального образования / Д. И. Киплик. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09962-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565154>

### **Дополнительные издания**

1. *Барышников, А. П.* Перспектива : учебник / А. П. Барышников. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 178 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12052-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543008>

2. *Дубровин, В. М.* Основы изобразительного искусства. Композиция : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. М. Дубровин ; под научной редакцией В. В. Корешкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 313 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18016-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534143>

3. *Колышкина, Т. Б.* Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545458>

4. *Кузвесова, Н. Л.* История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 137 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18343-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534823>

5. *Кузвесова, Н. Л.* История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 137 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18343-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534823>

6. *Лобанов, Е. Ю.* Дизайн-проектирование : учебник / Е. Ю. Лобанов. — Москва : Юстиция, 2025. — 202 с. — ISBN 978-5-406-13732-1. — URL: <https://book.ru/book/955455>

7. Рощин, С. П. Основы дизайна и композиции : учебник / С. П. Рощин, А. С. Хлебников. — Москва : Русайнс, 2026. — 174 с. — ISBN 978-5-466-11336-5. — URL: <https://book.ru/book/961811>

8. Тютюнова, Ю. М. Краткосрочные изображения в изобразительном искусстве : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. М. Тютюнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 128 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15272-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544675>

## **ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности**

### **Основные издания**

1. Куприянов, Д. В. Информационное обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Куприянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 236 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20826-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584373>

### **Дополнительные издания**

1. Информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 546 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18341-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534809>

2. Трофимов, В. В. Информатика : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов, М. И. Барабанова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 752 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20431-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568694>

## **ОП. 03 История изобразительного искусства**

### **Основные издания**

1. Царева, Т. Б., История изобразительного искусства +Приложение: Дополнительные материалы : учебное пособие / Т. Б. Царева. — Москва : КноРус, 2025. — 196 с. — ISBN 978-5-406-13733-8. — URL: <https://book.ru/book/955456>

2. Сокольников, Н. М. История изобразительного искусства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. М. Сокольников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14735-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544025>

### **Дополнительные источники**

1. Пархоменко, Т.А.. Русское культурное наследие за рубежом памятники архитектуры и монументального искусства музеев русской истории и культуры архивные книжные и художественные коллекции : Научное издание / Т.А. Пархоменко — Москва : Институт Наследия Лихачева, 2023. — 537 с. — ISBN 978-5-86443-422-2. — URL: <https://book.ru/book/950397>

2. Веселова, М. Н., Мировая художественная культура : учебник / М. Н. Веселова. — Москва : КноРус, 2025. — 445 с. — ISBN 978-5-406-13634-8. — URL: <https://book.ru/book/955427>

3. Смирнова, К.А.. История и культурное наследие Москвы Подмосковья и Крыма в документах архивов Москвы и Подмосковья : Сборник материалов / К.А. Смирнова; под ред. А.Г. Смирно — Москва : Институт Наследия Лихачева, 2022. — 223 с. — ISBN 978-5-86443-389-8. — URL: <https://book.ru/book/950370>

4. *Ильина, Т. В.* История искусства : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541766>

5. *Байе, Ш.* Очерк истории искусств / Ш. Байе ; переводчик Е. М. Преображенская ; под редакцией А. И. Сомова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 273 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12669-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567027>

6. *Вёльфлин, Г.* Основные понятия истории искусств / Г. Вёльфлин ; переводчик А. А. Франковский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 296 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-05288-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540046>

7. *Рёскин, Д.* Современные художники. Общие принципы и правда в искусстве / Д. Рёскин ; переводчик П. С. Коган. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 423 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-06866-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541024>

## **ОП. 04 Рекламная деятельность**

### **Основные издания**

1. *Карпова, С. В.* Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583703>

### **Дополнительные источники**

1. *Синяева, И. М.* Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555977>

2. *Селезнева, Л. В.* Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545354>

3. *Комарова, Л. К.* Основы выставочной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516114>

4. *Поляков, В. А.* Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542275>

5. *Костина, А. В.*, Основы рекламы : учебное пособие / А. В. Костина, О. И. Карпужин, Э. Ф. Макаревич. — Москва : КноРус, 2022. — 401 с. — ISBN 978-5-406-10019-6. — URL: <https://book.ru/book/944600>. — Текст : электронный.

6. Рыжиков, С. Н., Основы рекламной деятельности + eПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков, Ю. М. Демидова. — Москва : КноРус, 2024. — 321 с. — ISBN 978-5-406-11899-3. — URL: <https://book.ru/book/950521>. — Текст : электронный.

7. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589914>

## **ОП.05 Психология рекламы**

### **Основные издания**

1. Трищенко, Д. А. Психология рекламы : учебник для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 226 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18963-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589642>

2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы : учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 451 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589688>

### **Дополнительные источники**

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545416>

## **ОП.06 Русский язык и культура речи**

### **Основные издания**

1. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Голубева. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19955-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582557>

2. Русский язык и культура речи : учебник для среднего профессионального образования / Г. Я. Солганик, Т. И. Сурикова, Н. И. Клушина, И. В. Анненкова ; под редакцией Г. Я. Солганика. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 195 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21675-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583544>

3. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь : учебно-практическое пособие для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк [и др.] ; под общей редакцией В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 525 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03886-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536765>

### **Дополнительные источники**

1. Русский язык и культура речи. Семнадцать практических занятий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Ганапольская [и др.] ; под редакцией Е. В. Ганапольской, Т. Ю. Волошиновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12286-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541479>

2. *Голубева, А. В.* Русский язык и культура речи. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Голубева, З. Н. Пономарева, Л. П. Стычишина ; под редакцией А. В. Голубевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 256 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02427-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537952>

3. *Самсонов, Н. Б.* Русский язык и культура речи : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Б. Самсонов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 228 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17399-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538093>

4. Русский язык и культура речи: изменения языковой нормы : монография / А. Н. Сицына-Кудрявцева [и др.] ; под общей редакцией А. Н. Сицыной-Кудрявцевой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 135 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-10993-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541838>

5. *Бортников, В. И.* Русский язык и культура речи. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Бортников, Ю. Б. Пикулева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 95 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07648-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516420>

6. *Титов, О. А.* Русский язык и культура речи. Практикум по орфографии : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. А. Титов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 129 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16254-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539510>

7. *Голуб, И. Б.* Русский язык и практическая стилистика. Справочник : учебно-справочное пособие для среднего профессионального образования / И. Б. Голуб. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 355 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10264-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542011>

8. Русский язык. Сборник упражнений : учебное пособие для среднего профессионального образования / П. А. Лекант [и др.] ; под редакцией П. А. Леканта. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7796-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537890>

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

1. Операционная система Microsoft Windows 7 Pro
2. Пакет прикладных программ Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point)
3. Программы Межсетевой защиты (брандмауэры)
4. Обозреватели интернета.
5. Информационно-поисковые системы для сети Интернет.
6. Adobe Acrobat Reader – средство просмотра pdf-файлов
7. Пакет программ Creative Cloud
8. Corel DRAW Graphics Suite X5

### **6.3. Требования к практической подготовке обучающихся**

6.3.1. Практическая подготовка при реализации образовательных программ среднего профессионального образования направлена на совершенствование модели практико-ориентированного обучения, усиление роли работодателей при подготовке специалистов среднего звена путем расширения компонентов (частей) образовательных программ, предусматривающих моделирование условий, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также обеспечения условий для получения обучающимися практических навыков и компетенций, соответствующих требованиям, предъявляемым работодателями к квалификациям специалистов, рабочих.

6.3.2. Образовательная организация самостоятельно проектирует реализацию образовательной программы и ее отдельных частей (дисциплины, междисциплинарные курсы, профессиональные модули, практика и другие компоненты) совместно с работодателем (профильной организацией) в форме практической подготовки с учетом требований ФГОС СПО специфики получаемой специальности.

6.3.3. Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется на рабочем месте предприятия работодателя (профильной организации) при проведении практических занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики и иных видов учебной деятельности;

- предусматривает демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным;

- может включать в себя отдельные лекции, семинары, мастер-классы, которые предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

6.3.4. Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована на любом курсе обучения, охватывая дисциплины, междисциплинарные модули, профессиональные модули, все виды практики, предусмотренные учебным планом образовательной программы.

6.3.5. Практическая подготовка организуется в учебных, учебно-производственных лабораториях, мастерских, учебных полигонах, учебных базах практики и иных структурных подразделениях образовательной организации, а также в специально оборудованных помещениях (рабочих местах) профильных организаций на основании договора о практической подготовке обучающихся, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией (работодателем), осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

6.3.6. Результаты освоения образовательной программы (ее отдельных частей) могут быть оценены в рамках промежуточной и государственной итоговой аттестации, организованных в форме демонстрационного экзамена профильного уровня, в том числе на рабочем месте работодателя (профильной организации).

### **6.4. Требования к организации воспитания обучающихся**

6.4.1. Воспитание обучающихся при освоении ими основной образовательной программы осуществляется на основе включаемых в настоящую образовательную программу примерной рабочей программы воспитания и примерного календарного плана воспитательной работы.

6.4.2. Рабочую программу воспитания и календарный план воспитательной работы образовательная организация разрабатывает и утверждает самостоятельно с учетом примерных рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

6.4.3. В разработке рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы имеют право принимать участие советы обучающихся, советы родителей, представители работодателей и (или) их объединений (при их наличии).

6.4.4 Условия организации воспитания определяются образовательной организацией.

Выбор форм организации воспитательной работы основывается на анализе эффективности и практическом опыте.

Для реализации Программы определены следующие формы воспитательной работы с обучающимися:

- информационно-просветительские занятия (лекции, встречи, совещания, собрания и т.д.) – массовые и социокультурные мероприятия;
- спортивно-массовые и оздоровительные мероприятия;
- деятельность творческих объединений, студенческих организаций;
- психолого-педагогические тренинги и индивидуальные консультации;
- научно-практические мероприятия (конференции, форумы, олимпиады, чемпионаты и др.);
- профориентационные мероприятия (конкурсы, фестивали, мастер-классы, квесты, экскурсии и др.);
- опросы, анкетирование, социологические исследования среди обучающихся.

### **6.5. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы**

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

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, указанной в пункте 1.15 ФГОС СПО, 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 процентов.

### **6.6. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы**

Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы осуществляются в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных

программ среднего профессионального образования по профессиям (специальностям) и укрупненным группам профессий (специальностей), утверждаемые Минпросвещения России ежегодно.

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы, определенное в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», включает в себя затраты на оплату труда преподавателей и мастеров производственного обучения с учетом обеспечения уровня средней заработной платы педагогических работников за выполняемую ими учебную (преподавательскую) работу и другую работу в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики».

## **Раздел 7. Формирование оценочных материалов для проведения государственной итоговой аттестации**

7.1. Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) является обязательной для образовательной организации СПО. Она проводится по завершении всего курса обучения по направлению подготовки. В ходе ГИА оценивается степень соответствия сформированных компетенций выпускников требованиям ФГОС СПО.

7.2. Выпускники, освоившие программы подготовки специалистов среднего звена, сдают ГИА в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломной работы.

7.3. Для государственной итоговой аттестации образовательной организацией разрабатывается программа государственной итоговой аттестации и оценочные материалы.

7.4. Содержание ГИА включает структуру оценочных материалов, комплекс требований и рекомендаций для проведения демонстрационного экзамена базового уровня, организацию и проведение защиты дипломной работы.

Требования к содержанию, объему и структуре дипломной работы образовательная организация определяет самостоятельно.

Оценочные средства для проведения ГИА включают типовые задания для демонстрационного экзамена, примеры тем дипломных работ, описание процедур и условий проведения государственной итоговой аттестации, критерии оценки.

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

## **Раздел 8. Разработчики основной образовательной программы**

**Организация-разработчик:** государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Ростовской области «Ростовский колледж рекламы, сервиса и туризма «Сократ»

### **Разработчики основной образовательной программы:**

Сулименко О.Е., заместитель директора по УМР ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Бородин Н.С., заместитель директора по УПР ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Былинская И.А., заместитель директора по УР ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Петренко Е.П., заместитель директора по ВР и СВ ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

### **Разработчики программ учебных дисциплин и профессиональных модулей**

Гуща С.К., преподаватель иностранного языка высшей квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Демченко Е.В., преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Доманов М.В., преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Ковалева М.В., преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Луценко Е.Н., преподаватель ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Петренко А.Г., к.пед.н., преподаватель-организатор ОБЗР ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Попова А.П., преподаватель первой квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ»

Сорокина И.Н., преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Сучков М.М., руководитель физического воспитания, преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».

Сыромолот Е.Н., преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ»

Черноусенко М.В., преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ РО «РКГРСТ «Сократ».