

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Тамбовский колледж социокультурных технологий» (АНПОО ТКСКТ)



ПРОГРАММА
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА
по специальности 42.02.01 Реклама

Квалификация: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
Нормативный срок обучения: 2г.10 мес.
На базе основного общего образования

Тамбов, 2026

ППССЗ СПО по специальности 42.02.01 Реклама рассмотрена на заседании методического совета. Протокол от 29.12.2025 г. № 6.

ППССЗ СПО по специальности 42.02.01 Реклама согласована на заседании педагогического совета. Протокол от 29.12.2025 № 3.

Рецензенты:

С.Е. Иконников, генеральный директор ООО «Юлис»

Д.С. Хабаров, генеральный директор ООО «Пальмира»

Программа подготовки специалистов среднего звена Автономной некоммерческой профессиональной образовательной организации «Тамбовский колледж социокультурных технологий» по специальности 42.02.01 Реклама, составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023г. № 552.

СОДЕРЖАНИЕ	Стр.
1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1. Программа подготовки специалистов среднего звена	4
1.2. Нормативно-правовые основы разработки основной профессиональной образовательной программы.	4
1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ППССЗ	5
2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА.....	5
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	6
4.1. Общие компетенции.....	6
4.2. Профессиональные компетенции.....	10
5. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	13
5.1. Календарный учебный график.....	13
5.2. Учебный план.....	14
5.3. Рабочие программы и комплексы учебных дисциплин (модулей).....	15
5.4. Программы всех видов практик.....	16
5.5. Рабочая программа воспитания.....	17
5.6. Календарный план воспитательной работы.....	17
6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	18
6.1. Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы	18
6.2. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы.....	21
6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы.....	22
6.4. Требования к практической подготовке обучающихся.....	22
6.5. Организация воспитания обучающихся.....	23
6.6. Финансовые условия реализации образовательной программы.....	23
6.7. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной программы.....	25
7. ФОРМИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	23
Приложение 1. Учебный план по специальности.....	
Приложение 2. Аннотации рабочих программ учебных дисциплин (модулей).....	
Приложение 3. Аннотации на программы учебной и производственной практик.....	
Приложение 4 Рабочая программа воспитания.....	
Приложение 5 Календарный план воспитательной работы.....	
Приложение 6. Сведения о материально-техническом обеспечении.....	
Лист согласования с работодателями.....	

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Программа подготовки специалистов среднего звена.

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ), реализуемая в Автономной некоммерческой профессиональной образовательной организации «Тамбовский колледж социокультурных технологий», представляет собой комплекс нормативно-методической документации, регламентирующий содержание, организацию и оценку качества подготовки обучающихся и выпускников по специальности 42.02.01 Реклама.

ППССЗ разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации 21.07.2023г. № 552, зарегистрированного в Минюсте России 22.08.2023 №74908.

ППССЗ определяет рекомендованный объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, планируемые результаты освоения образовательной программы, примерные условия образовательной деятельности. Образовательная программа, реализуемая на базе основного общего образования, разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и с учетом получаемой специальности.

1.2. Нормативно-правовые основы разработки основной профессиональной образовательной программы.

Нормативную правовую основу разработки основной профессиональной образовательной программы (далее - программа) составляют:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (в действующей редакции);

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023г. № 552;

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (в действующей редакции);

Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства Просвещения Российской Федерации от 05 августа 2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся» (в действующей редакции);

Приказ Министерства Просвещения Российской Федерации от 08.11.2021 года № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (в действующей редакции);

Приказ Министерства Просвещения Российской Федерации от 17.05.2022 года № 336 «Об утверждении перечня профессий и специальностей среднего профессионального образования и установления соответствия отдельных профессий и специальностей среднего профессионального образования, указанных в этих перечнях, профессиям и специальностям среднего профессионального образования, перечни которых утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 октября 2013 года № 1199 «Об утверждении перечня профессий и специальностей среднего профессионального образования» (в действующей редакции);

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 02 сентября 2020 г. № 457 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования» (в действующей редакции);

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 14.10.2022г. № 906 «Об утверждении Порядка заполнения, учета и выдачи дипломов о среднем профессиональном образовании и их дубликатов» (в действующей редакции);

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ППССЗ:

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ПОП – примерная образовательная программа;

ОК – общие компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

СГ – социально-гуманитарный цикл;

ОП – общепрофессиональный цикл;

П – профессиональный цикл;

МДК – междисциплинарный курс;

ПМ – профессиональный модуль;

ОП – общепрофессиональная дисциплина;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ГИА – государственная итоговая аттестация.

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

Выпускник образовательной программы осваивает общие виды деятельности:

- проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;
- создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

Формы обучения: очная.

Объем образовательной программы, реализуемой на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования: 4428 академических часов, со сроком обучения по очной форме - 2 года 10 месяцев.

Основная образовательная программа может быть частично реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы подготовки специалистов среднего звена осуществляется на русском языке, государственном языке Российской Федерации.

Для освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности абитуриент должен иметь уровень образования не ниже основного общего образования, подтверждаемый документом установленного образца об основном общем образовании.

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

Область профессиональной деятельности выпускников: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

Соответствие видов деятельности профессиональным модулям и присваиваемой квалификации «специалист по рекламе»:

Наименование видов деятельности	Наименование профессиональных модулей
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

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

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Общие компетенции

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

		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации
		современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и
		программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Умения:
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять источники финансирования
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности
		определять источники достоверной правовой информации
		составлять различные правовые документы
		находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать
		оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности
		правила разработки презентации
		основные этапы разработки и реализации проекта
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива
		психологические особенности личности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке
		проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		правила оформления документов
		правила построения устных сообщений
		особенности социального и культурного контекста

	социального и культурного контекста	
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Умения:
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции
		традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
		значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения:
		соблюдать нормы экологической безопасности
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности
		организовывать профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной	Умения:
		использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей
		применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности
		пользоваться средствами профилактики перенапряжения,

	ной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	характерными для данной специальности
		Знания:
		роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
		основы здорового образа жизни
		условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности
		средства профилактики перенапряжения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения:
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения
		правила чтения текстов профессиональной направленности

4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Навыки:
		проведения основных методов исследования целевой аудитории (опрос, анкетирование, глубинное интервью, беседа) использование инструментов анализа целевой аудитории.
		Умения:
		осуществлять сбор данных о потребителях применять методы сегментации рынка выявлять ключевые характеристики целевых групп потребителей анализировать интересы и предпочтения целевой аудитории
		Знания:
		основы маркетинга и сегментации рынка методы исследования и анализа целевой аудитории характеристики различных целевых групп составление портрета целевой аудитории
	ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	Навыки:
		работа с базами данных и аналитическими инструментами проведение исследований по объему рынка подготовка отчетов об объеме рынка.
		Умения:
		собирать и обрабатывать данные о рынке применять методы количественного и качественного анализа рынка интерпретировать результаты исследований
		Знания:
		источники информации о рынке виды объема рынка методы оценки объема рынка основы статистического анализа рынка
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Навыки:
		проведение мониторинга конкурентной среды; составление конкурентных карт разработка стратегий конкурентного позиционирования
		Умения:
		выявлять ключевых конкурентов анализировать сильные и слабые стороны конкурентов оценивать конкурентные преимущества
		Знания:
		источники информации о конкурентах специфика методов конкурентного анализа основные методы анализа конкурентной среды
	ПК 1.4. Осуществлять определение и	Навыки:
		подготовка брифов для рекламных кампаний презентация целей и задач кампаний клиентам

	оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	оценка соответствия результатов рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий поставленным целям.
		Умения:
		формулировать цели и задачи рекламных кампаний разрабатывать концепцию рекламной кампании разрабатывать концепции рекламных акций и мероприятий
		Знания:
		принципы постановки целей и задач в рекламе виды рекламных и коммуникационных кампаний виды рекламных акций и мероприятий методы оценки эффективности рекламных кампаний и мероприятий
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Навыки:
		составление медиапланов разработка креативных концепций рекламных мероприятий бюджетирование рекламных кампаний
		Умения:
		разрабатывать стратегию рекламной кампании составлять план рекламной кампании планировать этапы реализации рекламных мероприятий определять необходимые ресурсы для реализации рекламных кампаний
		Знания:
		основы стратегического планирования в рекламе методы разработки рекламных стратегий инструменты тактического планирования в рекламе
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	Навыки:
		подготовка отчетов о планировании рекламных и коммуникационных кампаний проведение презентаций для клиентов и руководства использование программного обеспечения для создания презентаций
		Умения:
		структурировать информацию о планировании кампаний создавать наглядные презентации аргументированно представлять стратегию и тактику
		Знания:
		форматы представления результатов планирования принципы визуализации данных основы презентационных навыков
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Навыки:
		создание стратегий продвижения торговых марок, брендов, стартапов в цифровой среде работа с-инструментами интернет-аналитики рынка оптимизация присутствия торговой марки, бренда в социальных сетях
		Умения:
		анализировать присутствие торговой марки, бренда в цифровой среде формулировать цели продвижения торговых марок, брен-

		дов и организаций выбирать эффективные каналы онлайн-продвижения торговой марки, бренда разрабатывать контент-стратегию позиционирования бренда
		Знания: основы интернет-маркетинга этапы и виды продвижения бренда приемы позиционирования бренда инструменты продвижения торговой марки, бренда в цифровой среде особенности поведения пользователей/ потребителей в интернете
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	Навыки: работа с рекламными кабинетами социальных сетей и поисковых систем оптимизация рекламных кампаний на основе собранных о бренде данных создание лендингов и промо-страниц
		Умения: планировать рекламные кампании в цифровой среде подбирать каналы коммуникаций при продвижении бренда разрабатывать стратегию продвижения бренда в социальных медиа создавать рекламные объявления для различных платформ в цифровых средах настраивать таргетинг рекламных кампаний
		Знания: жизненный цикл торговой марки способы продвижения бренда в социальных сетях виды интернет-рекламы принципы таргетирования рекламы методы оценки эффективности онлайн-рекламы
		Навыки: использование инструментов для анализа ключевых слов работа с системами контекстной рекламы создание и ведение сообществ в социальных сетях
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Умения: использовать технологии поисково-контекстной рекламы проводить аудит и поисковую оптимизацию сайтов для поисковых систем настраивать и управлять контекстными и медийными рекламами разрабатывать стратегии присутствия в социальных сетях
		Знания: основы поисковой оптимизации принципы создания, настройки и ведения контекстной и медийной рекламы особенности маркетинга в различных социальных сетях
		Навыки: проведение креативных сессий создание рекламных материалов и сообщений
	Создание ключевых вербальных и	ПК 4.1. Разрабатывать творческие реклам-

визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	работа с графическими редакторами
		Умения:
		генерировать креативные идеи для целей рекламы разрабатывать уникальные торговые предложения создавать визуальные концепции рекламных материалов
		Знания:
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	основы креативного мышления принципы разработки креативных концепций тенденции в рекламном дизайне методы представления визуальных материалов на рекламных носителях
		Навыки:
		подготовка технических заданий для производства рекламных материалов разработка оригинал-макетов рекламных материалов для различных рекламных кампаний и носителей создание сценариев для видео- и аудиорекламы
		Умения:
		адаптировать креативные концепции под различные форматы создавать серии рекламных материалов осуществлять надзор за разработкой оригинал-макетов, сайтов, графических решений для рекламной коммуникационной кампании
		Знания:
		основы рекламной коммуникации принципы адаптации креативных концепций особенности различных рекламных носителей знания правил оформления текстовой и графической информации в полиграфии и цифровых средах методы контроля за реализацией креативных решений
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	Навыки:
		работа с системами управления контентом подбор и обработка фото- и видеоконтента анализ эффективности контента с помощью веб-аналитики
		Умения:
		создавать вовлекающий контент для социальных сетей оптимизировать тексты для поисковых систем разрабатывать контент-планы
		Знания:
		особенности создания контента для различных интернет-платформ принципы копирайтинга с учетом поисковой оптимизации тренды в цифровом контенте

5. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Календарный учебный график

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации

образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточную и итоговую аттестации, каникулы.

5.2. Учебный план

Учебный план определяет следующие характеристики образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама:

- объемные 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;
- распределение по годам обучения и семестрам различных форм промежуточной аттестации по учебным дисциплинам, профессиональным модулям (и их составляющим междисциплинарным курсам, учебной и производственной практике);
- объемы учебной нагрузки по видам учебных занятий, по учебным дисциплинам, профессиональным модулям и их составляющим;
- виды и продолжительность практик, формы аттестации по каждому виду практик;
- формы государственной итоговой аттестации, объемы времени, отведенные на демонстрационный экзамен и защиту дипломного проекта (работы) в рамках ГИА;
- объем каникул по годам обучения.

Обязательная аудиторная нагрузка студентов предполагает лекции, практические занятия, включая семинары, выполнение двух курсовых работы: МДК.01.02. Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки.

Самостоятельная работа организуется в форме выполнения курсовых работ, подготовки рефератов, сообщений, самостоятельного изучения отдельных вопросов программы и т.п.

Образовательная программа по специальности 42.02.01 Реклама предусматривает изучение следующих учебных циклов:

- общеобразовательного цикла,
 - социально-гуманитарного цикла,
 - общепрофессионального цикла,
 - профессионального цикла;
- и разделов:
- учебная практика;
 - производственная практика;
 - промежуточная аттестация;
 - государственная итоговая аттестация (предусматривает демонстрационный экзамен и защиту дипломного проекта (работы)).

Обязательная часть образовательной программы по циклам составляет не более 70% от общего объема времени, отведенного на их освоение. Вариативная часть – не менее 30%, дает возможность расширения и (или) углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части, получения дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда и возможности продолжения образования. Дисциплины вариативной части определены в соответствии с потребностями работодателей, что отражено в структуре учебного плана.

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

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

Профессиональный цикл представлен профессиональными модулями:

Профессиональные циклы состоят из профессиональных модулей в соответствии с основными видами деятельности. В состав профессионального модуля входят междисциплинарные курсы.

При освоении обучающимися профессиональных модулей проводятся учебная и производственная практики.

Обязательная часть профессионального цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама предусматривает изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности». Объем часов на дисциплину «Безопасность жизнедеятельности» составляет 68 часов.

Учебный процесс организован в режиме шестидневной рабочей недели, занятия сгруппированы парами.

Для всех учебных дисциплин и профессиональных модулей, в том числе введенных за счет вариативной части ППССЗ предусмотрена промежуточная аттестация.

Промежуточная аттестация в форме зачета или дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на освоение соответствующей учебной дисциплины или профессионального модуля.

Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в день, освобожденный от других форм учебной нагрузки.

В каждом учебном году количество экзаменов не превышает 8, а количество зачетов - 10 (без учета зачетов по физической культуре).

Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам и междисциплинарным курсам в составе профессиональных модулей разрабатываются и утверждаются образовательной организацией самостоятельно.

При реализации образовательной программы среднего общего образования в пределах освоения ППССЗ на базе основного общего образования учитывается укрупненная группа специальностей профессионального образования.

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

Демонстрационный экзамен предусматривает моделирование реальных производственных условий для решения выпускниками практических задач профессиональной деятельности.

Необходимым условием допуска к государственной итоговой аттестации является отсутствие у обучающегося академических задолженностей и в полном объеме выполнение учебного плана или индивидуального учебного плана.

Рабочий учебный план специальности 42.02.01 Реклама приведен в Приложении 1.

5.3. Рабочие программы и комплексы учебных дисциплин (модулей)

Рабочие программы учебных дисциплин обеспечивают качество подготовки обучающихся, составляются на все дисциплины учебного плана. В рабочей программе

четко сформированы результаты обучения.

Структура и содержание рабочих программ включают наименование, цели и задачи освоения дисциплины, место дисциплины в структуре образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама, объем дисциплины (модуля) с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателями (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю); оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю); перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля); перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля); методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля); перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости); описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Аннотации рабочих программ учебных дисциплин (модулей) приведены в Приложении 2.

5.4. Программы всех видов практик

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама практика является обязательным разделом образовательной программы. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

При реализации образовательной программы предусматриваются следующие виды практик: учебная практика, производственная практика и производственная практика (преддипломная).

Учебная практика и производственная практика производятся при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализовываются концентрированно в несколько периодов (блоками).

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются образовательным учреждением по каждому виду практики отдельно и закреплены в соответствующих нормативных документах.

Учебная практика и производственная практика является частью всех профессионального модулей.

Целью является подготовка к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных дисциплин и междисциплинарных курсов профессиональных модулей, ознакомление с целями, задачами, содержанием, структурой, условиями и другими особенностями специальности 42.02.01 Реклама на практике и подготовка к защите дипломного проекта (работы).

Производственная практика ориентирована на включение студента в профессиональную деятельность в специалиста по рекламе, в том числе с ограниченными возможностями здоровья и осуществление им самостоятельной практической деятельности на втором и третьем курсах обучения.

Целью производственной практики является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении общепрофессиональных дисциплин и междисциплинарных курсов, продолжение формирования общих и профессиональных

компетенций на основе полученного практического опыта, подготовка к защите дипломного проекта (работы) по окончании указанных профессиональных модулей.

Производственная практика (преддипломная) является завершающим этапом подготовки юриста направлена на достижение следующих целей:

- овладение студентами профессиональной деятельностью, развитие профессионального мышления;
- закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, закрепление практических навыков и умений, полученных при изучении дисциплин, определяющих специфику специальности;
- обучение навыкам решения практических задач при подготовке дипломного проекта (работы);
- проверка профессиональной готовности к самостоятельной трудовой деятельности выпускника;
- сбор материалов к государственной итоговой аттестации.

Базы практик способствуют проведению практической подготовки студентов на высоком современном уровне. Объем практики по образовательной программе в учебном плане соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта специальности.

Аннотации на программы учебной и производственной практик содержатся в Приложении 3.

5.5. Рабочая программа воспитания

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

Задачи:

- усвоение обучающимися знаний о нормах, духовно-нравственных ценностях, которые выработало российское общество (социально значимых знаний);
- формирование и развитие осознанного позитивного отношения к ценностям, нормам и правилам поведения, принятым в российском обществе (их освоение, принятие), современного научного мировоззрения, мотивации к труду, непрерывному личностному и профессиональному росту;
- приобретение социокультурного опыта поведения, общения, межличностных и социальных отношений, в том числе в профессионально ориентированной деятельности;
- подготовка к самостоятельной профессиональной деятельности с учетом получаемой квалификации (социально-значимый опыт) во благо своей семьи, народа, Родины и государства;
- подготовка к созданию семьи и рождению детей.

Рабочая программа воспитания представлена в Приложении 4.

5.6. Календарный график воспитательной работы

В Календарном плане воспитательной работы воплощается реализация конкретных форм и методов воспитательной работы на основе направлений воспитательной работы, установленных в рабочей программе воспитания.

Календарный график воспитательной работы представлен в Приложении 5.

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1. Требования к материально-техническому обеспечению образовательной программы

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

Перечень специальных помещений:

Кабинеты:

- Социально-гуманитарных дисциплин;
- Общепрофессиональных дисциплин и МДК;

Лаборатории:

- Лаборатория «Компьютерного дизайна».
- Лаборатория «Информационных и коммуникационных технологий».
- Лаборатория «Компьютерной графики и видеомонтажа».

Мастерские/зоны по видам работ:

- Мастерская «Веб - дизайн и разработка».
- Мастерская «Программные решения для бизнеса».

Спортивный комплекс

Залы:

- библиотека, читальный зал с выходом в Интернет;
- актовый зал.

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама АНПОО ТКСКТ располагает 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.

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

Образовательное учреждение обеспечено необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

№ п/п	Наименование лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	Код и наименование учебной дисциплины (модуля)

1	Photoshop	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
2	Illustrator	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
3	Bridge	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
4	Autodesk 3dsMax	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

5	Animate	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
6	Premiere Pro	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
7	Microsoft Office	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

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

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации. Производственная практика реализуется в организациях, соответствующих содержанию профессиональной деятельности.

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

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Сведения о материально-техническом обеспечении основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама содержатся в Приложении 6.

6.2. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательной программы

Информационное обеспечение основывается как на традиционных (библиотечных и издательских), так и на новых телекоммуникационных технологиях, что соответствует требованиям ФГОС.

Реализация ППССЗ обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) ППССЗ. Библиотечная система колледжа обеспечивает доступ к информационным ресурсам, ресурсам подписных ЭБС, классифицированным и каталогизированным, открытым ресурсам Интернета.

Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет.

Библиотечный фонд 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).

АНПОО ТКСКТ предоставляет обучающимся возможность оперативного обмена информацией с российскими образовательными организациями и доступ к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет. Обучающимся 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).

Регулярно оформляется подписка на периодические и научные издания.

6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы

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

Квалификация педагогических работников колледжа отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации ППССЗ получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, в общем числе педагогических работников, реализующих программы профессиональных модулей образовательной программы, составляет не менее 25%.

6.4. Требования к практической подготовке обучающихся

Практическая подготовка при реализации ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама 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.

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

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется 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;
- включает в себя отдельные лекции, семинары, мастер-классы, которые

предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

6.5. Организация воспитания обучающихся

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

Воспитание обучающихся при освоении ими ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама осуществляется на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

6.6. Финансовые условия реализации образовательной программы

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».

6.7. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной программы

Качество образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама определяется в рамках системы внутренней оценки. С целью совершенствования образовательной программы АНПО «ТКСКТ» привлекает работодателей, преподавателей колледжа, студентов и родителей обучающихся.

7. ФОРМИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Государственная итоговая аттестация 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.

Выпускники, освоившие программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, сдают ГИА в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы). К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план. Необходимым условием допуска к государственной итоговой аттестации является представление документов, подтверждающих освоение обучающимися компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности. В том числе выпускником могут быть представлены отчеты о ранее достигнутых результатах, дополнительные сертификаты, свидетельства (дипломы)

олимпиад, характеристики с мест прохождения производственной практики (преддипломной).

Государственная итоговая аттестация завершается присвоением квалификации «специалист по рекламе».

Для государственной итоговой аттестации разработана программа государственной итоговой аттестации и оценочные материалы.