



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ  
СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

**по специальности**

**42.02.01 Реклама**

Квалификация

**Специалист по рекламе**

Форма обучения

очная

Владивосток 2020

Члены рабочей группы  
по разработке ООП: Марченко Н.А., преподаватель

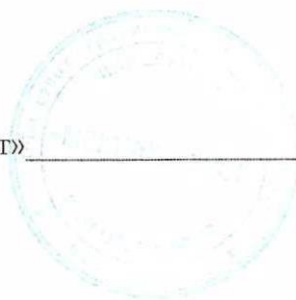
ООП рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании Методического совета  
СПО от «21» 01 2020 г. протокол № 5

Председатель Методического совета СПО А.Т.Бондарь А.Т.Бондарь

Директор  
Департамент учебной и воспитательной работы Ю.Г.Чебова Ю.Г.Чебова

Рецензент:

Директор ООО «Мегаконтекст» А.С.Полонов /Полонов А.С./



## Содержание

- 1 Общая характеристика основной образовательной программы
  - 1.1 Общие положения
  - 1.2 Характеристика ООП
    - 1.2.1 Цель ООП
    - 1.2.2 Требования к уровню образования
    - 1.2.3 Формы обучения
    - 1.2.4 Срок получения образования
    - 1.2.5 Трудоемкость освоения ООП
    - 1.2.6 Язык, на котором реализуется ООП
    - 1.2.7 Образовательные технологии
    - 1.2.8 Квалификация, присваиваемая выпускникам
    - 1.2.9 Возможности продолжения образования
    - 1.2.10 Характеристика профессиональной деятельности выпускника
      - 1.2.10.1 Область профессиональной деятельности выпускника
      - 1.2.10.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника
      - 1.2.10.3 Виды профессиональной деятельности выпускника
    - 1.2.11 Требования к результатам освоения ООП
    - 1.2.12 Структура ООП
    - 1.2.13 Требования к условиям реализации ООП
      - 1.2.13.1 Кадровое обеспечение
      - 1.2.13.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса
      - 1.2.13.3 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса
      - 1.2.13.4 Характеристика среды структурного подразделения СПО, обеспечивающая развитие общих компетенций выпускника
- 2 Учебный план
- 3 Рабочие программы дисциплин, включая фонды оценочных средств
- 4 Рабочие программы профессиональных модулей, включая фонды оценочных средств
- 5 Программы учебной, производственных практик, включая фонды оценочных средств
- 6 Организация государственной итоговой аттестации, включая фонды оценочных средств
- 7 Договоры о базах практик
- 8 Другие методические материалы по дисциплинам

# **1 Общая характеристика основной образовательной программы**

## **1.1 Общие положения**

1.1.1 Основная образовательная программа среднего профессионального образования (далее – ООП СПО) по программе подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) по специальности 42.02.01 Реклама на базе среднего общего образования федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» (далее – ВГУЭС) и представляет собой комплекс документов, разработанный с учетом требований рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама и утвержденный решением Ученого совета университета.

1.1.2 При разработке основной образовательной программы использовались следующие нормативные документы:

- Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;
- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержден приказом Министерством образования и науки РФ от 14.06.2013 № 464;
- нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Устав ВГУЭС, утвержден приказом Минобрнауки России от 16.11.2018 № 965
- локальные нормативные акты ВГУЭС.

## **1.2 Характеристика ООП**

**1.2.1 Цель** основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама - развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО по данной специальности.

ООП СПО ориентирована:

- на реализацию приоритета практикоориентированных знаний выпускника;
- формирование потребности к постоянному развитию и инновационной деятельности в профессиональной сфере, в том числе и к продолжению образования;
- формирование готовности самостоятельно принимать решения и профессионально действовать в нестандартных ситуациях.

### **1.2.2 Требования к уровню образования, необходимому для приема на обучение по ООП СПО**

К освоению основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама допускаются лица, имеющие образование не ниже среднего общего образования.

**1.2.3 Формы обучения.** Обучение по программе осуществляется в очной форме обучения.

**1.2.4 Срок получения образования** по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки при очной форме обучения независимо от образовательных технологий составляет:

- на базе среднего общего образования – 2 года 10 месяцев;
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями – увеличивается не более чем на 10 мес.

**1.2.5 Трудоемкость освоения ООП** представлена в таблице 1

Таблица 1 – Трудоемкость ООП

Наименование элементов ООП СПО	Трудоемкость ООП в зависимости от формы обучения	
	очная	
	недель	часов
Общая трудоемкость ООП	<b>147</b>	–
Объем обязательной и вариативной части ООП (обучение по дисциплинам, междисциплинарным курсам ООП – максимальная учебная нагрузка), в том числе:	<b>86</b>	<b>4644</b>
- обязательная аудиторная нагрузка		3096
- внеаудиторная самостоятельная работа		1548
Учебная практика	<b>23</b>	<b>828</b>
Производственная практика (по профилю специальности)		
Производственная практика (преддипломная)	<b>4</b>	–
Промежуточная аттестация	<b>5</b>	–
Государственная итоговая аттестация, в т.ч.	<b>6</b>	–
- подготовка выпускной квалификационной работы	4	–
- защита выпускной квалификационной работы	2	–
Каникулы	<b>23</b>	–

### 1.2.6 Язык, на котором реализуется ООП

Обучение осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском.

### 1.2.7 Образовательные технологии.

При реализации ООП используются различные образовательные технологии: активные и интерактивные формы проведения занятий (деловых и ролевых игр, разборка конкретных ситуаций, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой, дистанционные образовательные технологии с применением интернет-сервисов, электронных информационных образовательных ресурсов, частично электронное обучение.

Электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, применяемые при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее - инвалиды и лица с ОВЗ), предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

### 1.2.8 Квалификация, присваиваемая выпускникам

По окончании обучения и успешного прохождения государственной итоговой аттестации выпускнику присваивается квалификация – Специалист по рекламе и выдается диплом образца, установленного Минобрнауки России.

### 1.2.9 Возможности продолжения образования выпускника

Выпускник, освоивший ООП СПО по специальности 42.02.01 Реклама подготовлен к освоению ООП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

### 1.2.10 Характеристика профессиональной деятельности выпускника

#### 1.2.10.1 Область профессиональной деятельности выпускника

- организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

#### 1.2.10.2 Объекты профессиональной деятельности

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая

рекламы, реклама в полиграфии;

- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии;
- первичные трудовые коллективы.

### 1.2.10.3 Виды профессиональной деятельности

Специалист по рекламе (базовой подготовки) готовится к следующим видам деятельности:

- разработка и создание дизайна рекламной продукции;
- производство рекламной продукции;
- маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;
- организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;
- выполнение работ по должности служащего «Агент коммерческий».

### 1.2.11 Требования к результатам освоения ООП

Специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

Таблица 2 – Общие компетенции

Код компетенции	Наименование общих компетенций	Результат освоения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<b>Иметь практический опыт:</b> выполнять профессиональные задачи при выполнении выпускной квалификационной работы; проявлять творческую инициативу, демонстрировать профессиональную подготовку <b>Уметь:</b> овладеть первичными профессиональными навыками и умениями; планировать будущую профессиональную деятельность <b>Знать:</b> иметь представление о будущей профессии; ориентироваться в маршруте студента по специальности; называть основные виды работ, выполняемые при работе по специальности
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<b>Иметь практический опыт:</b> планирования деятельности, применяя технологию с учетом изменения параметров объекта; выбирать типовой способ (технологию) решения задачи в соответствии с заданными условиями, имеющимися ресурсами, критериями качества и эффективности <b>Уметь:</b> планировать деятельность по решению задачи в рамках заданных (известных) технологий, в том числе выделяя отдельные составляющие технологии; анализировать потребности в ресурсах и планировать ресурсы в соответствии с заданным способом решения задачи <b>Знать:</b> методы и способы выполнения профессиональных задач; называть ресурсы для решения поставленной

		задачи в соответствии с заданным способом деятельности
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<p><b>Иметь практический опыт:</b>  проводить анализ причин существования проблемы; предлагать способ коррекции деятельности на основе результатов текущего контроля и результатов оценки продукта деятельности; определять показатели результативности деятельности в соответствии с поставленной профессиональной задачей; задавать критерии для определения способа разрешения проблемы; прогнозировать последствия принятых решений; называть риски на основе самостоятельно проведенного анализа ситуации; предлагать способы предотвращения и нейтрализации рисков</p> <p><b>Уметь:</b>  самостоятельно задавать критерии для анализа рабочей ситуации на основе эталонной ситуации и определять проблему; планировать текущий контроль своей деятельности в соответствии с заданной технологией деятельности и определенным результатом (целью) или продуктом деятельности; определять проблему на основе самостоятельно проведенного анализа ситуации; планировать и оценивать продукт своей деятельности на основе заданных критериев; определять критерии оценки продукта на основе задачи деятельности; выбирать способ разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями и ставить цель деятельности; оценивать последствия принятых решений; анализировать риски (определять степень вероятности и степень влияния на достижение цели) и обосновывать достижимость цели</p> <p><b>Знать:</b>  технологии анализа рабочей ситуации в соответствии с заданными критериями, указывая ее соответствие/несоответствие эталонной ситуации; принципы осуществления текущего контроля своей деятельности по заданному алгоритму; способы оценивания продукта своей деятельности по характеристикам</p>
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<p><b>Иметь практический опыт:</b>  предлагать источник информации определенного типа/конкретный источник для получения недостающей информации и обосновывать свое предложение; характеризовать произвольно заданный источник информации в соответствии с задачей деятельности; принимает решение о завершении/продолжении информационного поиска на основе оценки</p>

		<p>достоверности/непротиворечивости полученной информации; делать вывод о применимости общей закономерности в конкретных условиях; делать вывод на основе предоставленных эмпирических или статистических данных</p> <p><b>Уметь:</b> самостоятельно находить источник информации по заданному вопросу, пользуясь электронным или бумажным каталогом, электронным или бумажным каталогом, справочно-библиографическими пособиями, поисковыми системами Интернета; указывать недостаток информации, необходимой для решения задачи; формулировать вопросы, нацеленные на получение недостающей информации; извлекать информацию по двум и более основаниям из одного или нескольких источников и систематизировать ее в рамках заданной структуры; делать выводы об объектах, процессах, явлениях на основе сравнительного анализа информации и них по заданным критериям; задавать критерии для сравнительного анализа информации в соответствии с поставленной задачей деятельности</p> <p><b>Знать:</b> выделять из содержащего избыточную информацию источника информации, необходимую для решения задачи; выделять в источнике информации вывод и/или аргументы, обосновывающий определенный вывод</p>
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<p><b>Иметь практический опыт:</b> применять ИКТ при выполнении профессиональных задач</p> <p><b>Уметь:</b> применять ИКТ при выполнении заданий</p> <p><b>Знать:</b> перечислять ИКТ, применяемые в профессиональной деятельности; ориентироваться в информационно-коммуникационных технологиях, применяемых в профессиональной деятельности</p>
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<p><b>Иметь практический опыт:</b> принимать и фиксировать решение по вопросам для группового обсуждения; фиксировать особые мнения; использовать приемы выхода из ситуации, когда дискуссия зашла в тупик; давать сравнительную оценку идей, высказанных участниками группы, относительно цели групповой работы; самостоятельно готовить средства наглядности; самостоятельно выбирать жанр монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории; запрашивать мнение партнера по диалогу; извлекать из устной речи</p>



		<p>(монолог, диалог, дискуссия) фактическую и оценочную информацию, определять основную тему, предложения, аргументы, доказательства, выводы, оценки; самостоятельно определять жанр письменной коммуникации в зависимости от цели; создавать продукт письменной коммуникации сложной конструкции</p> <p><b>Уметь:</b> договариваться о процедуре и вопросах для обсуждения в группе в соответствии с поставленной целью деятельности команды (группы); при групповом обсуждении задавать вопросы, проверять адекватность понимания идей других; соблюдать заданный жанр высказывания (служебный доклад, выступление на совещании, собрании, презентации товара (услуги); использовать средства наглядности или невербальные средства, направленные на выяснение мнения (позиции); задавать вопросы, направленные на выяснение фактической информации; создавать стандартный продукт письменной коммуникации</p> <p><b>Знать:</b> правила участия в групповом обсуждении, высказываясь в соответствии с заданной процедурой и по заданному вопросу; соблюдать нормы публичной речи и регламент, используя паузы для выделения смысловых блоков своей речи; начинать и заканчивать служебный разговор в соответствии с нормами; отвечать на вопросы, направленные на выяснение фактической информации; извлекать из устной речи (монолог, диалог, дискуссия) основное содержание фактической информации</p>
ОК 7.	<p>Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p><b>Иметь практический опыт:</b> контролировать и отвечать за работу членов группы</p> <p><b>Уметь:</b> анализировать работу членов группы и результат выполненного задания; оценивать работу и контролировать работу группы</p> <p><b>Знать:</b> выполнять поставленные задания, являясь членом группы</p>
ОК 8.	<p>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p><b>Иметь практический опыт:</b> анализировать собственные мотивы и внешнюю ситуацию при принятии решений, касающихся своего продвижения</p> <p><b>Уметь:</b> указывает «точки успеха» и «точки роста»; указывает причины успехов и неудач в деятельности; анализировать/формулировать запрос на внутренние ресурсы (знания, умения,</p>

		<p>навыки, способы деятельности, ценности, установки) для решения профессиональной задачи</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>называть трудности, с которыми столкнулся при решении задачи и знать пути их преодоления/избегания в дальнейшей деятельности</p>
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <p>применять современные технологии в профессиональной деятельности</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>сравнивать технологии, применяемые в профессиональной деятельности; выбирать технологии для своей профессиональной деятельности</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>информацию о современных технологиях в профессиональной деятельности</p>
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <p>знания и понимания действующего законодательства, а также требований стандартов, технических условий</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов</p>
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <p>владения устной и письменной речи на иностранном языке</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>принципы делового и межличностного общения</p>

Специалист по рекламе должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими видам профессиональной деятельности:

Таблица 3 – Профессиональные компетенции

Вид профессиональной деятельности	Код компетенции	Наименование профессиональных компетенций	Результат освоения
Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <p>выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</p> <p><b>Уметь:</b></p>
	ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование	

		и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты;
	ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	<b>Знать:</b>
	ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
	ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.
Производство рекламной продукции.	ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	<b>Иметь практический опыт:</b> выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта;
	ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
	ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	<b>Уметь:</b> осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
			<b>Знать:</b> технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;

			<p>технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;</p> <p>технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>технологии создания Интернет-рекламы;</p> <p>аппаратное и программное обеспечение.</p>
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <p>выявления требований целевых групп потребителей;</p> <p>разработки средств продвижения рекламного продукта;</p> <p>разработки маркетинговой части бизнес-плана;</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</p> <p>анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</p> <p>проводить сегментирование рынка;</p> <p>принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>задачи, цели и общие требования к рекламе;</p> <p>основные направления рекламной деятельности;</p> <p>виды рекламной деятельности;</p> <p>структуру рекламного рынка.</p>
	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	
Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <p>планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</p> <p>контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</p> <p>взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</p> <p>подготовки документации для регистрации авторских прав;</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; работать с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</p> <p>проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</p>
	ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	
	ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	

			основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.
Выполнение работ по должности служащего «Агент коммерческой»	ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	<p><b>Иметь практический опыт:</b> выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</p> <p><b>Уметь:</b> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-образительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты;</p> <p><b>Знать:</b> выразительные и художественно-образительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p><b>Иметь практический опыт:</b> выбора и использования инструмента, оборудования и основных образительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта;</p> <p>производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</p> <p><b>Уметь:</b></p>
	ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных образительных средств рекламы.	
	ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	
	ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	
	ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	
	ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные образительные средства и материалы.	
	ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные образительные	

		ые средства и материалы.	осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
	ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
	ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта; <b>Знать:</b> технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.
	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	<b>Иметь практический опыт:</b> выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана;
	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	<b>Уметь:</b> проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; <b>Знать:</b> задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.
	ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе	<b>Иметь практический опыт:</b> планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

		коллектива исполнителей.	контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
	ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	подготовки документации для регистрации авторских прав; <b>Уметь:</b> составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; работать с рекламой в средствах массовой информации;
	ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав; <b>Знать:</b> экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.

### 1.2.12 Структура ОПОП

Структура программы соответствует требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, что отражено в учебном плане. Структура образовательной программы включает обязательную часть и вариативную часть, которая дает возможность расширения и углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части.

ООП предусматривает изучение следующих учебных циклов:

общего гуманитарного и социально-экономического;

математического и общего естественнонаучного;

профессионального и разделов: учебная практика, производственная практика (по профилю специальности), производственная практика (преддипломная); промежуточная аттестация; государственная итоговая аттестация.

При реализации образовательной программы обеспечивается эффективная самостоятельная работа обучающихся в сочетании с совершенствованием управления ею со стороны преподавателей и мастеров производственного обучения.

### 1.2.13 Требования к условиям реализации ООП

#### 1.2.13.1 Кадровое обеспечение

Реализация ООП по специальности обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Преподаватели, отвечающие за освоение обучающимися профессионального

учебного цикла, имеют опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

### **1.2.13.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса**

Реализация ООП специальности 42.02.01 Реклама обеспечивается доступом каждого студента к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) ООП. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом в сеть Интернет.

Каждый обучающийся обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий).

Библиотечный фонд укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам всех циклов, изданной за последние 5 лет.

Библиотечный фонд помимо учебной литературы включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания в расчете 1 - 2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Каждому обучающемуся обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, состоящим не менее чем из 3 наименований отечественных журналов.

ВГУЭС предоставляет обучающимся возможность оперативного обмена информацией с отечественными образовательными учреждениями, организациями и доступ к современным профессиональным базам данных и информационным ресурсам сети Интернет.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### **1.2.13.3 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса**

ВГУЭС располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторных работ и практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений

#### **Кабинеты:**

- социально-экономических дисциплин;
- иностранного языка (лингвфонные кабинеты);
- математики и информатики;
- истории изобразительных искусств;
- рисунка и живописи;
- экологии и безопасности жизнедеятельности;
- экономики и менеджмента;
- шрифтовой и художественной графики;
- цветоведения;
- проектирования рекламного продукта;
- методический.

#### **Лаборатории:**

- информатики и вычислительной техники;
- компьютерного дизайна;
- информационных и коммуникационных технологий;



- компьютерной графики и видеомонтажа;
- фотолаборатория.

**Мастерские:**

- багетная.

**Студии:**

- видеостудия;
- фотостудия.

**Полигоны:**

- мини-типография.

**Спортивный комплекс:**

- спортивный зал;
- открытый стадион широкого профиля с элементами полосы препятствий;
- стрелковый тир или место для стрельбы.

**Залы:**

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

ВГУЭС имеет необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.

#### **1.2.13.4 Характеристика среды структурного подразделения СПО, обеспечивающая развитие общих компетенций выпускников**

Во ВГУЭС сформирована социокультурная среда, создающая условия, необходимые для всестороннего развития и социализации личности, сохранения здоровья обучающихся, способствующая развитию воспитательного компонента образовательного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов. Внеаудиторная работа содействует формированию и развитию общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Воспитательная работа во ВГУЭС осуществляется системно через учебный процесс, практики и внеучебную деятельность. Обеспечение прав и социальной защиты обучающихся, развитие и функционирование студенческого самоуправления, профилактика асоциальных явлений в молодёжной среде, организация досуга обеспечивают развитие общих компетенций обучающихся.

Главной задачей воспитательной работы является создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, гражданского самоопределения и самореализации, для удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, духовном, культурном и нравственном развитии.

ВГУЭС - это уникальный комплекс зданий и сооружений с развитой кампусной инфраструктурой, включающей общежития и гостиницу, спортивные объекты и сооружения, медицинский центр, сеть столовых и кафе, тренажерные залы и другие объекты, обеспечивающие все условия для проживания, питания, оздоровления, занятий спортом и отдыха.

## **2 Учебный план**

Учебный план определяет перечень, трудоемкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных предметов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности обучающихся и формы их промежуточной аттестации.

Учебный план, состоит из следующих структурных элементов: титульный лист; календарный учебный график; сводные данные по бюджету времени; план учебного процесса; комплексные виды контроля (дифференцированный зачет, экзамен, экзамен (квалификационный)); таблица распределения компетенций по учебным циклам, дисциплинам, модулям учебного плана; перечень учебных кабинетов, лабораторий, полигонов и т.д.; пояснения к учебному плану.

Максимальный объем учебной нагрузки составляет 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной работы.

Максимальный объем обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающихся при очной форме обучения составляет 36 академических часов в неделю.

### **3 Рабочие программы дисциплин, включая фонды оценочных средств**

Рабочие программы дисциплин, а также фонды оценочных средств по дисциплинам разработаны в соответствии с локальным актом по разработке рабочих программ учебных дисциплин, рассматриваются цикловыми методическими комиссиями, утверждаются на Методическом совете СПО. Утвержденный вариант прилагается к ООП.

### **4 Рабочие программы профессиональных модулей, включая фонды оценочных средств**

Программы профессиональных модулей, а также фонды оценочных средств к ним разработаны в соответствии с локальным актом по разработке рабочих программ профессиональных модулей, рассматриваются цикловыми методическими комиссиями с привлечением работодателей и утверждаются на Методическом совете СПО. Утвержденный вариант прилагается к ООП.

### **5 Программы учебной и производственной практик, включая фонды оценочных средств**

Программы практик, а также фонды оценочных средств по практикам разработаны, в соответствии с локальным актом по разработке программ практик, рассматриваются цикловыми методическими комиссиями с привлечением работодателей и утверждаются на Методическом совете СПО. Утвержденный вариант прилагается к ООП.

### **6 Организация государственной итоговой аттестации, включая фонды оценочных средств**

Государственная итоговая аттестация проводится в соответствии с локальным актом ВГУЭС по организации и проведению государственной итоговой аттестации по основным образовательным программам среднего профессионального образования.

### **7 Договоры о базах практик**

Практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности выпускников, на основе договоров, заключенных между организациями и ВГУЭС.

### **8 Другие методические материалы по дисциплинам**

К ООП прилагаются все учебно-методические материалы, разработанные по дисциплинам учебного плана.