



Частное профессиональное образовательное учреждение
**«Новосибирский кооперативный техникум
имени А.Н.Косыгина
Новосибирского облпотребсоюза»**
(ЧПОУ «НКТ им. А.Н.Косыгина Новосибирского облпотребсоюза»)

Утверждаю
Директор частного профессионального
образовательного учреждения
«Новосибирский кооперативный техникум имени
А.Н.Косыгина Новосибирского облпотребсоюза»
Т.А. Попова
«29» августа 2025 г.



**Программа подготовки специалистов среднего звена
по специальности профессионального образования
42.02.01 Реклама**

Квалификация:
Специалист по рекламе

Рассмотрена и одобрена на
заседании педагогического совета
Протокол № 1
«29» августа 2025 г.

Новосибирск 2025

Программа подготовки специалистов среднего звена составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от «21» июля 2023 г. № 552.

Организация-разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Новосибирский кооперативный техникум имени А.Н.Косыгина Новосибирского облпотребсоюза»

Разработчики:

Попова Татьяна Анатольевна, директор;

Бегунова Светлана Феликсовна, заместитель директора по учебно-производственной работе;

Фомина Татьяна Александровна, заведующий отделением (очного);

Шебалина Татьяна Константиновна, преподаватель высшей квалификационной категории.

Согласовано:

«29» августа 2025г.

Директор



И.А. Волкова

Содержание

1. Общие положения	5
1.1. Программа подготовки специалистов среднего звена	5
1.2. Нормативные документы для разработки ППССЗ 42.02.01 Реклама	5
1.3. Общая характеристика ППССЗ 42.02.01 Реклама	7
1.3.1. Цель ППССЗ 42.02.01 Реклама	7
1.3.2. Структура ППССЗ 42.02.01 Реклама	8
1.3.3. Срок получения СПО 42.02.01 Реклама	9
1.3.4. Трудоемкость ППССЗ 42.02.01 Реклама	10
1.3.5. Особенности ППССЗ 42.02.01 Реклама	11
1.3.6. Требования к поступающим	12
1.3.7. Востребованность выпускников	12
1.3.8. Основные пользователи ППССЗ 42.02.01 Реклама	12
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников специальности 42.02.01 Реклама	13
2.1. Характеристика профессиональной деятельности выпускников специальности	13
2.1.1. Основные виды профессиональной деятельности выпускников	13
2.2. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена	13
2.2.1. Общие компетенции	13
2.2.2. Профессиональные компетенции	14
2.2.3. Планируемые результаты освоения образовательной программы	15
3. Документы, регламентирующие содержание и организацию учебного процесса	33
3.1. Учебный план	33
4. Контроль и оценка качества освоения программы подготовки специалистов среднего звена	36
4.1. Контроль и оценка качества освоения основных видов профессиональной деятельности, общих и профессиональных компетенций	36
4.2. Требования к дипломной работе	36
4.3. Организация Государственной итоговой аттестации выпускников.	37
5. Ресурсное обеспечение ППССЗ 42.02.01 Реклама	38
5.1. Кадровое обеспечение	38
5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение	38

образовательного процесса	
5.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса	39
6. Характеристики среды техникума, обеспечивающие развитие компетенций выпускников	43
7. Особенности реализации ППСЗ для инвалидов и лиц с ОВЗ	45
7.1. Особенности организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с нарушениями зрения	45
7.2. Особенности организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с нарушениями слуха	45
7.3. Особенности организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с нарушениями опорно-двигательного аппарата	45
7.4. Условия для обеспечения безбарьерной среды для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	46

1.ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Программа подготовки специалистов среднего звена

Программа подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, реализуемая Частным профессиональным образовательным учреждением «Новосибирский кооперативный техникум имени А.Н. Косыгина Новосибирского облпотребсоюза» (далее-Техникум) представляет собой систему документов, разработанных и утвержденных образовательным учреждением с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО), утвержденного приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 года №552, профессиональных стандартов и регионального рынка труда.

Техникум имеет право на реализацию программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама (далее – ППССЗ) при наличии лицензии на осуществление образовательной деятельности указанной программы.

ППССЗ регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализация образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя:

- учебный план;
- календарный учебный график;
- рабочие программы учебных дисциплин;
- рабочие программы профессиональных модулей;
- программы учебной и производственной практик;
- программу государственной итоговой аттестации.

1.2. Нормативные документы для разработки ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама

Нормативно-правовую базу разработки ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама составляет:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО), по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденный приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 года №552;
3. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 24 августа 2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;

4. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 сентября 2020 г. № 1441 «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг»;
5. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 04 апреля 2025 г. № 303 «Об утверждении порядка и оснований предоставления академического отпуска лицам, обучающимся»;
6. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 г №885/390 «О практической подготовке обучающихся»;
7. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 08.11.2021 № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
8. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17.05.2012 г. №413 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования».
9. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 12 августа 2022 года №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»;
10. Устав Техникума.

1.3. Общая характеристика ППСЗ по специальности 42.02.01 Реклама

1.3.1. Цель ППСЗ - развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с обязательными требованиями ФГОС СПО.

Разработка ППСЗ по специальности 42.02.01 Реклама обеспечивает методическое сопровождение реализации ФГОС СПО по данной специальности.

ППСЗ по специальности 42.02.01 Реклама направлена на:

- формирование общих компетенций выпускников (компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления) путем создания условий для всестороннего развития и социализации личности, сохранения здоровья обучающихся, развитие воспитательного компонента образовательного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе творческих коллективов общественных организаций, спортивных и творческих клубов;
- формирование и развитие общих и профессиональных компетенций, обучающихся посредством использования в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой;
- формирование базовых гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаний, востребованных обществом;
- формирование социально-личностных качеств выпускников: целеустремленность, организованность, трудолюбие, коммуникабельность, умение работать в коллективе, ответственность за конечный результат своей профессиональной деятельности, гражданственность, толерантность; повышение их общей культуры, способности самостоятельно приобретать и применять новые знания и умения.

Техникум способствует развитию социально-воспитательного компонента учебного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

Формы освоения ППСЗ:

- Очная.

Присваиваемая квалификация: специалист по рекламе.

1.3.2 Структура ППССЗ.

Структура образовательной программы включает:

- дисциплины (модули);
- практику;
- государственную итоговую аттестацию.

Обязательная часть образовательной программы направлена на формирование общих и профессиональных компетенций, предусмотренных главой III ФГОС СПО.

Вариативная часть образовательной программы объемом не менее 30 процентов от общего объема времени, отведенного на освоение образовательной программы, дает возможность дальнейшего развития общих и профессиональных компетенций, в том числе за счет расширения видов деятельности, введения дополнительных видов деятельности, а также профессиональных компетенций, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с потребностями регионального рынка труда, а также с учетом требований цифровой экономики.

ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама имеет следующую структуру:

- социально- гуманитарный цикл;
- общепрофессиональный цикл;
- профессиональный цикл.

Структура и объем ППССЗ

Структура образовательной программы	Объем образовательной программы в академических часах (ФГОС СПО)	Объем образовательной программы в академических часах (техникум)
Дисциплины (модули)	не менее 1476	2232
Практика	не менее 432	504
Государственная итоговая аттестация	216	216
Общий объем образовательной программы		
На базе среднего общего образования	2952	2952
Общий объем образовательной программы на базе основного общего образования, включая получение среднего общего образования в соответствии с требованиями федерального государственного	4428	4428

образовательного стандарта среднего общего образования		
--	--	--

В учебные циклы включается промежуточная аттестация обучающихся, которая осуществляется в рамках освоения указанных циклов в соответствии с разработанными образовательной организацией фондами оценочных средств, позволяющими оценить достижения запланированных по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам результатов обучения.

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

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

Профессиональный цикл образовательной программы включает профессиональные модули, которые формируются в соответствии с выбранными видами деятельности, предусмотренными пунктом 2.4 ФГОС СПО. В состав профессионального модуля входит несколько междисциплинарных курсов. Объем профессионального модуля составляет не менее 6 зачетных единиц.

Практика входит в профессиональный цикл и имеет следующие виды - учебная практика и производственная практика, которые реализуются в форме практической подготовки. Учебная и производственная практики реализуются как в несколько периодов, так и рассредоточенно, чередуясь с учебными занятиями.

Учебная и производственная практики проводятся при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей.

Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломной работы.

2.13. Государственная итоговая аттестация завершается присвоением квалификации специалиста среднего звена, указанной в пункте 1.1 ФГОССПО: специалист по рекламе.

1.3.3. Срок получения СПО по специальности 42.02.01 Реклама

Срок получения образования по образовательной программе в очной форме обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет:

- на базе основного общего образования – 2 года 10 месяцев;
- на базе среднего общего образования – 1 год 10 месяцев.

Срок получения образования по образовательной программе в очно-заочной и заочной формах обучения, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, увеличивается по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения не более чем на 1 год.

При обучении по индивидуальному учебному плану срок получения образования по образовательной программе, вне зависимости от формы обучения, составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения. При обучении по индивидуальному учебному плану обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья срок получения образования может быть увеличен не более чем на один год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения.

Образовательная программа, реализуемая на базе основного общего образования, разрабатывается образовательной организацией на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и ФГОС СПО с учетом получаемой специальности.

При реализации образовательной программы техникум применяет дистанционные образовательные технологии.

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

1.3.4. Трудоемкость ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама

Срок получения СПО по ППССЗ в очной форме обучения составляет на базе среднего общего образования 95 недель, в том числе:

Обучение по учебным циклам	59 нед.
Учебная практика	14 нед.
Производственная практика (по профилю специальности)	
Производственная практика (преддипломная)	
Промежуточная аттестация	3 нед.
Государственная итоговая аттестация	6 нед.
Каникулы	13 нед.
Итого	95 нед.

Получение СПО на базе основного общего образования осуществляется с одновременным получением среднего общего образования в пределах ППССЗ. В этом случае ППССЗ разрабатывается на основе требований

федеральных государственных образовательных стандартов среднего общего образования и СПО с учетом получаемой специальности СПО.

Срок освоения ППССЗ в очной форме обучения для лиц, обучающихся на базе основного общего образования, увеличивается на 52 недели (1 год) из расчета:

теоретическое обучение (при обязательной учебной нагрузке 36 часов в неделю)	39 нед.
промежуточная аттестация	2 нед.
каникулы	11 нед.

1.3.5. Особенности ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама

Миссия ППССЗ – обеспечение высокого уровня подготовки конкурентоспособных и компетентных специалистов в области рекламы, отвечающих потребностям регионального кадрового рынка.

Выпускник в результате освоения специальности 42.02.01 Реклама по квалификации Специалист по рекламе будет профессионально готов к следующим видам 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;

- выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих- 20032 Агент рекламный.

ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама ориентирована на реализацию следующих принципов:

- деятельностный и практикоориентированный характер учебной деятельности в процессе освоения ППССЗ;

- приоритет самостоятельной деятельности студентов;

- ориентация при определении содержания образования на запросы регионального профессионального сообщества;

- формирование готовности принимать решения и профессионально действовать в нестандартных ситуациях;

- формирование потребности к постоянному развитию и инновационной деятельности в профессиональной сфере, в том числе и к продолжению образования.

Применение в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий позволит подготовить выпускника к успешной работе в сфере рекламы на основе гармоничного сочетания научной,

фундаментальной и профессиональной подготовки, а разработанная система оценивания освоения ППССЗ - получить достаточно полную картину профессиональных и личностных качеств обучающихся, выявить готовность к профессиональной деятельности.

1.3.6. Требования к поступающим

К освоению ППССЗ допускаются лица, имеющие образование не ниже основного общего образования, подтвержденное наличием документа об образовании установленного образца.

Поступающий должен иметь один из документов государственного образца:

- аттестат об основном общем образовании;
- аттестат о среднем общем образовании;
- диплом о среднем профессиональном образовании или высшем образовании.

При приеме в техникум предусмотрены вступительные испытания – рисунок.

1.3.7. Востребованность выпускников

Специалист по рекламе профессионально готов к деятельности в средствах массовой информации (пресса, Интернет-издания, телевидение, радио, информационные агентства), рекламные агентства, производственные и торговые предприятия, государственные учреждения и др.

1.3.8. Основные пользователи ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама Основными пользователями ППССЗ являются:

- администрация и коллективные органы управления техникума;
- преподаватели, сотрудники;
- обучающиеся по специальности 42.02.01 Реклама;
- заказчики образовательных услуг (абитуриенты, родители и/или законные представители);
- работодатели.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ

42.02.01 Реклама

2.1. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие ППССЗ, могут осуществлять профессиональную деятельность:

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия).

2.1.1. Основные виды профессиональной деятельности выпускников

К основным видам профессиональной деятельности выпускника ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама относятся:

- 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;

- выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих- 20032 Агент рекламный.

2.2. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции.

2.2.1. Общие компетенции.

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

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;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей 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;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

2.2.2. Профессиональные компетенции.

1.Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

2. 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.

ПК2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

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

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих- 20032 Агент рекламный.

2.2.3. Планируемые результаты освоения образовательной программы

Общие компетенции

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

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

		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	основы проектной деятельности
		Умения:
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
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	правила оформления документов и построения устных сообщений
		Умения:
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей
		значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения

ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения:
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
		принципы бережливого производства
		основные направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения:
		использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей
		применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности
		пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности
		Знания:
		роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
		основы здорового образа жизни
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

Виды профессиональной деятельности и 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	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;

		- уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания: - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка	Практический опыт: - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка. Знания: - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов	Практический опыт: - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их

		задачи.
		Знания: - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
		ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять цели и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
		Практический опыт: - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения: Преобразовывать требования заказчика в бриф
		Знания: - Принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций ...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
		- Практический опыт: Планирования системы маркетинговых коммуникаций
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных	ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Умения: - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи

кампаний, акций и мероприятий		рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. Знания: - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых
--------------------------------------	--	--

		коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Практический опыт: - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. Умения: - составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для

		достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. Знания: - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Практический опыт: - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.

		Умения: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знания: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Практический опыт: - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных

		носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК.
		Знания: - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
	ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Практический опыт: - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет. Умения: - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности

		рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и
--	--	--

		способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.
		Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	Практический опыт: - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умения: - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения

		пользователей в интернет-сообщество.
		Знания: - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	Практический опыт: - определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
		Умения: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания: - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
		Практический опыт:

	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы. Умения: - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
--	--	---

		- создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
		Знания: - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое

		для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	---

3.СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

3.1. Учебный план

3.1.1. Учебный план регламентирует порядок реализации ППССЗ, в том числе с реализацией ФГОС среднего общего образования в пределах образовательных программ СПО с учетом получаемого профессионального образования. Учебный план является основным документом для составления расписаний учебных занятий и экзаменационных сессий, расчета годовой педагогической нагрузки преподавателей.

3.1.2. Учебный план определяет качественные и количественные характеристики ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама:

- объемные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам;
- перечень, последовательность изучения учебных циклов и объемы учебной нагрузки по видам учебных занятий по учебным дисциплинам и профессиональным модулям;
- сроки прохождения и продолжительность учебной и производственной практик;
- распределение по годам обучения и семестрам различных форм промежуточной аттестации по учебным дисциплинам, профессиональным модулям;
- формы государственной итоговой аттестации, объемы времени, отведенные на их подготовку и проведение;
- объем каникул по годам обучения.

3.1.3. При формировании учебного плана учтены следующие нормативы:

- обязательная учебная нагрузка обучающихся при получении СПО по ППССЗ включает обязательную аудиторную нагрузку и все виды практики в составе модулей;
- объем обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающихся в очной форме обучения составляет 36 академических часов в неделю;
- объем обязательной аудиторной нагрузки по каждой учебной дисциплине и каждому профессиональному модулю составляет не менее 36 часов за весь курс изучения;
- преддипломная практика является обязательной для всех студентов, осваивающих ППССЗ, она проводится после последней сессии и реализуется по направлению образовательного учреждения;

3.1.4. При формировании учебного плана часы обязательной учебной нагрузки, включая инвариантную и вариативную части ППССЗ используются в полном объеме. Вариативная часть 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 возможностями продолжения образования.

Необходимость реализации дополнительных к обязательным новым учебных дисциплин, профессиональных модулей или увеличения объема времени, отведенного на дисциплины и модули обязательной части, обосновываются в пояснительной записке к учебному плану.

3.1.5. Профессиональный учебный цикл состоит из общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей в соответствии с видами деятельности. В состав профессионального модуля входит один или несколько междисциплинарных курсов. Общий объем дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» в очной форме обучения не может быть менее 68 академических часов, из них на освоение основ военной службы (для юношей) - не менее 48 академических часов; для подгрупп девушек это время может быть использовано на освоение основ медицинских знаний.

Практическая подготовка в техникуме организована:

- непосредственно в техникуме, в том числе в его структурном подразделении, предназначенном для проведения практической подготовки;

- в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы (далее – профильная организация), в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между техникумом и профильной организацией.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом следующим образом:

- при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) практическая подготовка организуется путём проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

3.1.7. Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки осуществляется рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей.

3.1.8. Для всех учебных дисциплин и профессиональных модулей, в том числе введенных за счет вариативной части ППСЗ предусмотрена промежуточная аттестация, которая проводится непосредственно после окончания освоения соответствующих программ учебных дисциплин и профессиональных модулей.

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

3.1.10. Промежуточная аттестация в форме экзамена проводится в день, освобожденный от других форм учебной нагрузки. Если дни экзаменов чередуются с днями учебных занятий, выделение времени на подготовку к нему не требуется, и проводить его можно на следующий день после завершения освоения соответствующей программы.

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

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

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

3.1.14. Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломной работы.

Программа государственной итоговой аттестации (тематика дипломных работ) разрабатываются и утверждаются техникумом после предварительного положительного заключения работодателей.

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

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

4.1. Контроль и оценка качества освоения ППССЗ.

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

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации разрабатываются по каждой дисциплине и профессиональному модулю. Нормативно-методическое обеспечение предусмотрено Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации и доводится до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованием соответствующей ППССЗ (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, позволяющие оценить умения, знания, практический опыт и освоенные компетенции.

Оценка качества подготовки обучающихся и выпускников осуществляется в двух основных направлениях:

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка компетенций обучающихся.

4.2. Требования к дипломной работе

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

Программа государственной итоговой аттестации утверждаются директором техникума после обсуждения на заседании педагогического совета с участием председателей государственных экзаменационных комиссий. Программа государственной итоговой аттестации, методические рекомендации по организации выполнения и защиты дипломной работы, включая критерии оценивания дипломной работы доводятся до сведения студентов, не позднее чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Тематика дипломных работ соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, рассматривается на заседании цикловой комиссии, утверждается заместителем директора по учебно-производственной работе техникума после предварительного положительного заключения работодателей. Тематика дипломных работ имеет практико-ориентированный характер. Закрепление тем дипломных работ с указанием руководителей за студентами оформляется приказом директора техникума не позднее чем за две недели до выхода студентов на практику. После издания приказа об утверждении тем дипломных работ и научных руководителей каждому студенту выдаётся утверждённое заместителем директора по учебно-производственной работе задание на дипломную работу.

Общее руководство и контроль над ходом выполнения дипломных работ осуществляют заместитель директора по учебно-производственной работе, заведующие отделениями в соответствии с должностными обязанностями.

Выполненные дипломные работы рецензируются специалистами из числа работников предприятий, организаций, на практических материалах которых выполнялась работа.

4.3. Организация государственной итоговой аттестации выпускников.

К государственной итоговой аттестации допускается студент, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по ППССЗ 42.02.01 Реклама.

Государственная итоговая аттестация проводится государственной экзаменационной комиссией (далее – ГЭК), состав которой утверждается директором техникума. ГЭК возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность комиссии, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам. Председатель ГЭК утверждается не позднее 20 декабря текущего года на следующий календарный год (с 1 января по 31 декабря) Приказом Министра образования Новосибирской области по согласованию с учредителем техникума.

Защита дипломных работ проводится на открытых заседаниях ГЭК с участием не менее двух третей ее состава. Результаты государственной итоговой аттестации определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протокола заседания ГЭК.

Государственная экзаменационная комиссия действует в течение одного календарного года.

5. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ППСЗ

5.1. Кадровое обеспечение.

Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы:

а) 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, указанной в пункте 1.14 ФГОС СПО (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет);

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

в) педагогические 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 1.14 ФГОС СПО, а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника;

г) 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, указанной в пункте 1.14 ФГОС СПО, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25 процентов.

5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса

Программа подготовки специалистов среднего звена обеспечена учебно-методической документацией по всем дисциплинам, междисциплинарным курсам и профессиональным модулям ППСЗ.

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа

лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику;

В качестве основной литературы образовательная организация использует учебники, учебные пособия, предусмотренные ПООП;

В случае наличия электронной информационно-образовательной среды допускается замена печатного библиотечного фонда с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов 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);

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

Библиотечный фонд техникума укомплектован печатными изданиями и (или) электронными изданиями по каждой дисциплине (модулю) из расчета одно печатное издание и (или) электронное издание по каждой дисциплине (модулю) на одного обучающегося. В качестве основной литературы используются учебники, учебные пособия.

Обеспечение образовательного процесса библиотечно-информационными ресурсами по специальности 42.02.01 Реклама также осуществляется на основе свободного доступа к электронно-библиотечной системе Znanium.com на основании договора с поставщиком предоставляемых услуг.

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечным системам (ЭБС), содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам (модулям) и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. При этом обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к такой системе не менее чем для 25 процентов обучающихся.

Библиотека является важнейшим структурным подразделением техникума, обеспечивающим литературой и информацией учебно-воспитательный процесс. Библиотека в своей деятельности руководствуется Федеральным законом о библиотечном деле, Положением о библиотеке техникума. Читальный зал библиотеки оборудован компьютерами. Библиотечный фонд – более 45 тыс. экземпляров книг, периодических изданий; открытый доступ к учебно-методическому обеспечению учебных дисциплин и профессиональных модулей по специальностям, разработанных преподавателями техникума на сетевом ресурсе техникума «Public - «Электронная библиотека».

Техникум обеспечивает возможность индивидуального доступа к информационным ресурсам каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

5.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

Для реализации ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама техникум располагает достаточной материально-технической базой. Для проведения занятий техникум располагает кабинетами, лабораториями, соответствующими профилю специальностей, по которым ведется подготовка в техникуме. Кабинеты и лаборатории оснащены наглядными пособиями, компьютерными программами, оборудованием, необходимым для проведения учебных занятий и практических работ, техническими средствами обучения. Регулярно проводится текущий ремонт, кабинеты, лаборатории оснащены новой мебелью и современным оборудованием.

Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

Специальные помещения представлены учебными аудиториями 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 в техникуме:

Кабинеты:

Социально-экономических дисциплин
Иностранного языка
Безопасности жизнедеятельности
Основ композиции в рекламе
Рисунка и живописи в рекламе
Основы финансовой грамотности
Дизайна и макетирования рекламной продукции

Лаборатории:

Информационных технологий
Цифровых коммуникационных технологий
Компьютерной графики
Видеостудия
Фотостудия
Музей истории потребительской кооперации Новосибирской области;
Спортивный зал;
Тренажерный зал.

Залы:

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

Техникум 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.

Оснащение помещений, задействованных при организации самостоятельной и воспитательной работы.

Зал «Актный зал»

оснащенный оборудованием:

осветительная техника;

звуковая аппаратура (микрофоны, микрофонные стойки, микшерный пульт, радиомикрофоны);

акустические системы;

видеопроектор с проекционным экраном;

программные системы конференцсвязи;

стулья;

трибуна.

Зал «Библиотека»

оснащенный оборудованием:

кафедра выдачи книг;

стулья;

рабочие столы;

стеллажи и витрины;

каталожные шкафы под периодику, формуляры, мультимедиа носители.

В учебном процессе используются персональные компьютеры, ноутбуки, мультимедийные проекторы и экраны, плазменные панели и телевизоры, печатная и копировально-множительная техника. В техникуме 14 учебных компьютерных классов по 14 компьютеров. Все компьютеры имеют современную архитектуру с ЖК-мониторами не менее 16, и установленными лицензионными профессиональными версиями операционных систем Windows7 и Windows10.

Студенты специальности 42.02.01 Реклама используют на занятиях профессиональное программное обеспечение.

Кабинеты преподавателей цикловых комиссий обеспечены компьютерной и множительно-копировальной техникой, выходом в сеть Интернет. В рамках образовательного процесса доступ обучающихся к образовательным ресурсам сети Интернет осуществляется под руководством преподавателя, проводящего учебное занятие.

Образовательное учреждение обеспечено необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения. В процессе организации образовательного процесса в техникуме студентами, преподавателями и другими сотрудниками техниками используется локальная сеть.

В техникуме для обучающихся и преподавателей организовано горячее питание через раздачу столовой. Столовая рассчитана на 100 посадочных мест. В столовой питание организовано по меню, разнообразному по дням недели. Для приготовления блюд используется современное технологическое оборудование, обеспечивающее здоровое питание для студентов.

6. ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ ТЕХНИКУМА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

В техникуме создана образовательная среда для реализации ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама. Воспитательная деятельность ведется по следующим основным направлениям: адаптация первокурсников, студенческое самоуправление, гражданско-патриотическое, специальная профилактическая работа, культурно-нравственное воспитание, профессионально-трудовое воспитание, спортивная работа.

В начале учебного года в каждую группу назначаются кураторы, которые организуют воспитательную работу в студенческих группах. В начале сентября во всех группах 1 курса проводятся собрания по ознакомлению студентов с Правилами внутреннего распорядка и едиными требованиями к студентам, также проходят тренинги по сплочению коллектива и быстрому знакомству студентов.

В техникуме действует система студенческого самоуправления, которая охватывает все стороны студенческой жизни. Деятельность органов студенческого самоуправления осуществляется в соответствии с локальными актами техникума. Одним из видов самоуправления является Студенческий совет, куда входят старосты всех учебных групп. Он направляет образовательную, общественную и досуговую деятельность учебных групп, дает возможность получить опыт приобретения коммуникативной культуры. Студенческий совет рассматривает вопросы, связанные с анализом результатов образовательного процесса (промежуточный контроль, промежуточная аттестация), планированием и организацией внеклассной работы.

Для достижения поставленной цели проводится более активное привлечение студентов, участвующих в общественной работе за счёт создания студенческих общественных организаций по направлениям воспитательной деятельности таких как, клуба «Молодой избиратель»; клуба «Юрконт»; совета Музея истории потребительской кооперации Новосибирской области; волонтерских групп: «Корпоративное добровольчество»; «Откроем сердца милосердию». Увеличение числа клубов по интересам, а также расширение полномочий старост из числа лидеров студенческих групп на специальностях техникума, в студенческих общежитиях в соответствии с локальным актом «Положением о старосте». Система студенческого самоуправления, активная деятельность клубов по интересам развивает деловые и лидерские качества, направлена на профессиональную самореализацию.

Разработанная и внедряемая в техникуме система гражданско-патриотического воспитания направлена на формирование и развитие социально значимых ценностей, направляющих личностное, социальное и профессиональное самоопределение будущих выпускников.

Центром приобщения студентов к научно-исследовательской работе, направленной на профессиональное становление выпускников и формирование гражданственности, является музей истории потребительской кооперации Новосибирской области с уникальными историческими документами и архивными материалами.

Профессиональное и корпоративное воспитание начинается с профессионального ориентирования абитуриента и продолжается в течение всего времени обучения студентов. Важным направлением воспитательной работы в техникуме стала программа мероприятий по адаптации студентов в социуме через: систему классного руководства; социально-психологическую помощь студентам нового набора; проведение специальных мероприятий для студентов - тренинги командообразования, тренинги стрессоустойчивости, мотивации к учёбе; профилактическую работу и пропаганду здорового образа жизни (проведение встреч со специалистами МБУ Центра молодёжи «Альтаир», врачами, психологами, представителями правоохранительных органов, общественных организаций).

В техникуме созданы благоприятные условия для формирования у студентов здорового образа жизни как одного из главных факторов достижения успеха. Потребность в физическом совершенствовании, в сохранении и укреплении здоровья формируется через активное участие студентов в спортивных секциях, в том числе хоккейной команды «Беркут». На протяжении многих лет команды студентов техникума становятся победителями, занимают призовые места в ежегодно проводимых спартакиадах города Новосибирска и области. Студенты активно включились в реализацию Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне», который направлен на возрождение традиций массового спорта, оздоровление нации, формирование гражданственности и в молодёжной среде.

В техникуме осуществляется система материального, морального поощрения со стороны администрации студентов, отличившихся в учёбе, спорте, творческой деятельности в районных и городских мероприятиях и акциях, что является дополнительным стимулом для творческого развития и самосовершенствования личности.

Студентам, добившиеся особых успехов в учёбе, научно-исследовательской деятельности выплачиваются стипендии имени А.Н.Косыгина Правительства Новосибирской области, мэра г. Новосибирска, Новосибирского облпотребсоюза имени П.В.Попова, предусмотрены единоразовые выплаты, как поощрение активных участников коллективных творческих дел, отличников учёбы, спортсменов, что является дополнительным стимулом для творческого развития и самосовершенствования личности.

Системный подход к вопросам воспитания способствует обеспечению качества обучения специалистов в техникуме.

7. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ППССЗ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

7.1. Особенности организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с нарушениями зрения:

- наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети «Интернет» для слабовидящих;
- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий (информация должна быть выполнена крупным рельефно-контрастным шрифтом и продублирована шрифтом Брайля);
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь (специалисты техникума прошли курсы повышения квалификации в ГБУК НСО «Новосибирская областная специальная библиотека для незрячих и слабовидящих» по программе «Обучение навыкам общения и сопровождения потребителей услуг, имеющих ограниченные возможности здоровья»;
- наличие специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, в том числе в формате печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-поводыря, к зданию организации.

7.2. Особенности организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с нарушениями слуха:

- дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь (специалисты техникума прошли курсы повышения квалификации в ГБУК НСО «Новосибирская областная специальная библиотека для незрячих и слабовидящих» по программе «Обучение навыкам общения и сопровождения потребителей услуг, имеющих ограниченные возможности здоровья»;
- обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации.

7.3. Особенности организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь (специалисты техникума прошли курсы повышения квалификации в ГБУК НСО «Новосибирская областная специальная библиотека для незрячих

и слабовидящих» по программе «Обучение навыкам общения и сопровождения потребителей услуг, имеющих ограниченные возможности здоровья»;

-обеспечение материально-технических условий для беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов).

7.4. Условия для обеспечения безбарьерной среды для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- доступность прилегающей к техникуму территории, входных путей, путей перемещения внутри здания;

- оборудование специальных мест в аудиториях, библиотеках, пунктах питания, оборудование санитарно-гигиенических помещений;

- оборудование систем сигнализации и оповещения для студентов-инвалидов;

- на территории техникума расположено парковочное место для инвалидов и лиц их перевозящих;

- доступность зданий студенческих общежитий.