



Комитет образования и науки Волгоградской области

**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«Волгоградский социально-педагогический колледж»
(ГАПОУ «ВСПК»)**

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ПРОФЕССИОНАЛИТЕТ»**

Среднее профессиональное образование

**Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена**

специальность 42.02.01 Реклама

На базе основного общего образования

Специалист по рекламе

**Одобрено на заседании педагогического
совета:**

**Утверждено приказом директора ГАПОУ
«ВСПК»**

**Согласовано с предприятием-работодателем
ООО РПК «Новая планета»**

протокол № 5 от 26.05.2026

приказ № 187 от 28.05.2026

Директор / С.В. Герасименко / С.В. Герасименко

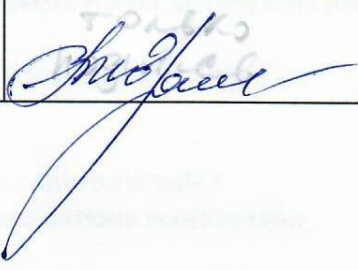
Директор / В.В. Ивзанс / В.В. Ивзанс

2026 год

Разработчик примерной образовательной программы «Профессионалитет»

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Разработчики от базовой образовательной организации:		
ГАПОУ «ВСПК», Заведующий общим отделением		Д.И. Глуховской
ГАПОУ «ВСПК», Начальник отдела организации учебного процесса		Е.А. Акишина
ГАПОУ «ВСПК», Председатель ПЦК «Эстетических дисциплин»		А.Р. Анисимова

Разработчики от организаций-работодателей, являющихся участниками образовательного кластера:		
Директор ООО Рекламно-производственной компании «Новая Планета»		В.В. Ивзанс

Содержание

Раздел 1. Общие положения

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

1.2. Нормативные документы

1.3. Перечень сокращений

Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область(и) профессиональной деятельности выпускников

3.2. Профессиональные стандарты

3.3. Осваиваемые виды деятельности

Раздел 4. Требования к результатам освоения образовательной программы

4.1. Общие компетенции

4.2. Профессиональные компетенции

4.3. Матрица компетенций выпускника

Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы

5.1. Учебный план

5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы

5.3. План обучения в форме практической подготовки на предприятии (на рабочем месте)

5.4. Календарный учебный график

5.5. Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей

5.6. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

5.7. Практическая подготовка

5.8. Государственная итоговая аттестация

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

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

6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы

6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы

Перечень приложений к ОПОП-П:

Приложение 1. Рабочие программы профессиональных модулей

Приложение 2. Рабочие программы учебных дисциплин

Приложение 3. Материально-техническое оснащение

Приложение 4. Программа государственной итоговой аттестации

Приложение 5. Рабочая программа воспитания

Раздел 1. Общие положения

1.1. Назначение примерной образовательной программы

Настоящая примерная образовательная программа «Профессионалитет» (далее – ПОП-П) по специальности разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 (далее – ФГОС, ФГОС СПО).

ПОП-П разработана с учетом отраслевого подхода, предусматривающего механизмы трансформации до основной профессиональной образовательной программы, с учетом запросов конкретных работодателей.

ПОП-П определяет рекомендованный объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, планируемые результаты освоения образовательной программы, примерные условия реализации образовательной программы.

ПОП-П разработана для реализации образовательной программы на базе среднего общего образования. Основная профессиональная образовательная программа (далее – образовательная программа), реализуемая на базе основного общего образования, разрабатывается образовательной организацией на основе требований соответствующих федеральных государственных образовательных стандартов среднего общего и среднего профессионального образования и положений федеральной основной общеобразовательной программы среднего общего образования, а также с учетом получаемой специальности среднего профессионального образования.

1.2. Нормативные документы.

Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Порядок разработки примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования (Приказ Минпросвещения России от 08.04.2021 № 153);

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552);

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования (Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762);

Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования (Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800);

Приказ о внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный пр. Минпросвещения РФ от 8 ноября 2021г. №800

Положение о практической подготовке обучающихся (Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020);

Перечень профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение (Приказ Минпросвещения России от 14.07.2023 № 534);

Перечень профессий и специальностей среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (приказ Минпросвещения России от 13.12.2023 N 932);

Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации

и Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 882/391 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ».

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014 г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф»;

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2014 № 357н «Об утверждении профессионального стандарта «Оператор средств массовой информации».

1.3. Перечень сокращений.

ВЧ – вариативная часть образовательной программы; ГИА – государственная итоговая аттестация;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

ДПБ – дополнительный профессиональный блок; МДК – междисциплинарный курс;

ОК – общие компетенции;

ОП – общепрофессиональный цикл;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ОЧ – обязательная часть образовательной программы; СГ – социально-гуманитарный цикл;

ПА – промежуточная аттестация;

ПК – профессиональные компетенции; ПМ – профессиональный модуль;

ПМн – профессиональный модуль по направленности;

ПОП-П – примерная образовательная программа «Профессионалитет»; ПП – профессиональный цикл;

ПС – профессиональный стандарт, ТС – технические средства;

ТФ – трудовая функция;

УМК – учебно-методический комплект;

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования.

Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы

Параметр	Данные
Отрасли, для которых разработана ПОП-П	Средства массовой информации и коммуникационные технологии
Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии)	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 06.013 Специалист по информационным ресурсам 11.013 Графический дизайнер 11.010 Фотограф
Специализированные допуски для прохождения практики, в том числе по охране труда и возраст до 18 лет	Не требуются / требуются (прохождение инструктажей по технике безопасности и по пожарной безопасности)
Реквизиты ФГОС СПО	Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама
Квалификация выпускника	Специалист по рекламе
Направленности (при наличии):	нет
Рекомендуемые виды деятельности по освоению профессии рабочих, должности служащих	11.010 Фотограф

Нормативный срок реализации на базе ООО: на базе СОО:	2 года 10 мес. 1 год 10 мес.	
Нормативный объем образовательной программы: на базе ООО:	4428	
на базе СОО:	2952	
Допустимый срок реализации образовательной программы на базе СОО:	Отрасль-Средства массовой информации и коммуникационные технологии СОО 1 год 2 мес.	
Допустимый объем образовательной программы на базе СОО:	Отрасль-Средства массовой информации и коммуникационные технологии СОО 1764	Отрасль -Искусство и креативная индустрия-
Рекомендуемое количество часов практики за весь период обучения / из них количество часов производственной практики	576/396	
Структура образовательной программы	Объем, в ак.ч.	в т.ч. в форме практической подготовки
Обязательная часть образовательной программы	1476	681
социально-гуманитарный цикл	337	222
общепрофессиональный цикл	664	352
профессиональный цикл	1735	1234
в т.ч. практика:	576	576
- учебная	-180	-180
- производственная	-252	-252
-преддипломная	-144	-144
Вариативная часть образовательной программы	808	648
в т.ч. дополнительный профессиональный блок (не менее 50% объема вариативной части образовательной программы), включая цифровой образовательный модуль	503	298
Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).	216	216
Всего	4428	2489

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область(и) профессиональной деятельности выпускников:

3.2. Профессиональные стандарты

Перечень профессиональных стандартов, учитываемых при разработке ПОП-П:

№	Код и Наименование ПС	Реквизиты утверждения	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ
1	08.035 Маркетолог	Приказ Минтруда России от 04.06.2018 № 366н	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с
				использованием инструментов комплекса маркетинга
2	06.043 Специалист по интернет- маркетингу	Приказ Минтруда России от 19.02.2019 № 95н	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно- медийного продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ Е Реализация контекстно- медийной стратегии продвижения в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G	ТФ А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ В/01.4 Составление контекстно- медийного плана продвижения ТФ В/02.4 Размещение контекстно- медийных объявлений в системах интернет- рекламы ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ Е/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно- медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа

			Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
3	06.013 Специалист по информационным ресурсам	Приказ Минтруда России от 19.07.2022 № 420н	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5
			Создание и редактирование информационных ресурсов	Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
4	11.013 Графический дизайнер	Приказ Минтруда России от 17.01.2017 № 40н	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
5	11.010 Фотограф	Приказ Минтруда России от 22.12.2014 № 1077н	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра

3.3. Осваиваемые виды деятельности

Наименование видов деятельности	Код и наименование ПМ
Виды деятельности	
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
Выполнение работ по профессии 11.010 Фотограф	ПМ.05 Выполнение работ по профессии 11.010 Фотограф

Раздел 4. Требования к результатам освоения образовательной программы

4.1. Общие компетенции

Код ОК	Формулировка компетенции	Код ЗУ	Знания, умения ¹
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:	
			распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части
			определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы
			выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
			владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
			оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:	
			актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
			структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
			основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте
			методы работы в профессиональной и смежных сферах
			порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной	Умения:	
			определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации
			выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска
			оценивать практическую значимость результатов поиска
			применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
			использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности
			использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач

¹Приведенные знания и умения имеют рекомендательный характер и могут быть скорректированы в зависимости от профессии (специальности).

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

ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения:	
			грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке
			проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:	
			правила оформления документов
			правила построения устных сообщений
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	Умения:	
			проявлять гражданско-патриотическую позицию
			демонстрировать осознанное поведение
			описывать значимость своей специальности
			применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:	
			сущность гражданско-патриотической позиции
			традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
			значимость профессиональной деятельности по специальности
			стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	Умения:	
			соблюдать нормы экологической безопасности
			определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности
			организовывать профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства
			организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
			эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
		Знания:	
			правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
			основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности

			пути обеспечения ресурсосбережения
			принципы бережливого производства
			основные направления изменения климатических условий региона
			правила поведения в чрезвычайных ситуациях
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Умения:	
			использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей
			применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности
			пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности
		Знания:	
			роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
			основы здорового образа жизни
			условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения:	
			понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
			участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
			строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
			кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
			писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:	
			правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
			основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
			лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
			особенности произношения
			правила чтения текстов профессиональной направленности

4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Код НУЗ	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	Навыки:	
			выявления основных и второстепенных конкурентов
			проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения:	
			производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей
			анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории
			доводить информацию заказчика до целевой аудитории
			использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований
			использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований
			уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания:	
			способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды
			аудиторию различных средств рекламы
			формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда
			технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	Навыки:	
			проведения анализа рынка
			проведения качественных аналитических исследований рынка
			применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения:	
			производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания:	
			методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	Навыки:	
			выявления основных и второстепенных конкурентов
			проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.

		Умения:	
			производить качественные аналитические исследования конкурентной среды
			уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания:	
			отраслевую терминологию
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		методики и инструменты для проведения маркетингового исследования
			структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним
			основ маркетинга.
		Навыки:	
			определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
			планирования системы маркетинговых коммуникаций
			разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения:	
			преобразовывать требования заказчика в бриф
		Знания:	
			принципов выбора каналов коммуникации
			виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
			важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий
			важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Навыки:	
			планирования системы маркетинговых коммуникаций
		Умения:	
			определять ключевые цели рекламной кампании
			формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК
			осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения
			определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание
			определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки
			определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач
			определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования

			ЦА (целевой аудитории)
			определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для
			достижения максимальной эффективности
			учитывать мнение заказчика при планировании РК
			использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.
		Знания:	
			методики рекламного планирования
			инструментов рекламного планирования
			систему маркетинговых коммуникаций
			виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
			принципы выбора каналов коммуникации
			аудиторию различных средств рекламы
			отраслевую терминологию
			формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда
			технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций
			принципы стратегического и оперативного планирования РК
			виды запросов пользователей в поисковых системах интернета
			особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете
			принципы функционирования современных социальных медиа
			виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
			важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
			важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Навыки:	
			разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения:	
			составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды
			разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг
			создавать план РК с учетом поставленных целей и задач
			осуществлять медиапланирование

			определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета
			эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI
			осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний
			преобразовывать требования заказчика в бриф
			доводить информацию заказчика до ЦА
			использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании
			уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия
			использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям
			использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
		Знания:	
			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	Навыки:	
			аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет
			выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет
			постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения:	
			определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет
			разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знания:	
			типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет
			способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Навыки:	
			подбора и использования оффера
			разработки рекламной кампании в сети Интернет.

		Умения:	
			подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения
			использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА
			проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность
			представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов
			обеспечивать качественное функционирования 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. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Навыки:	
			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	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения	Навыки:	
			подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и
сообщений и основных креативных	целей креативной стратегии		видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП)

решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	рекламной/коммуникационной кампании		поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умения:	
			использовать поисковые системы интернета
			использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения
			определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы
			доводить информацию заказчика до ЦА
			использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
		Знания:	
			виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
			отраслевую терминологию
			требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией
			технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	Навыки:	
			определения оригинальной идеи для рекламной кампании
			подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
		Умения:	
			использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА
			проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания:	
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой		отраслевую терминологию
			важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
		Навыки:	
			оформления текстовых и графических документов
			оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических
			создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной
	марки/бренда/организации и в сети Интернет		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 функционирования сайта
			писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов
			создавать графические материалы рекламного характера
			находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА
			разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде 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.

Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф»

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Создание фотоизображений с использованием профессиональных технологий	ПК 1.1 Осуществлять выбор оборудования для создания фотоизображения.	Навыки:
		осуществления выбора оборудования для создания фотоизображения
		Умения:
		подбирать фотоаппаратуру и фотооборудование в зависимости от вида съемки;
		профессионально владеть осветительным оборудованием и фотосъемочной аппаратурой
		Знания:
		виды и устройство различных видов фотографической аппаратуры (аналоговой и цифровой);
	ПК. 1.3 Осуществлять рекламную фотосъемку в соответствии с техническим и творческим заданием.	виды и принципы работы осветительных приборов
		Навыки:
		работы с различными схемами освещения.
		Умения:
		работать с рисующим, моделирующим фоновым и заполняющим светом;
		создавать светотональное и светотеневое освещение;
		профессионально владеть и выставлять схемы освещения осветительным оборудованием
		Знания:
		разнообразные методы и приемы освещения для различных видов фотографии;
		изобразительной задачи освещения;
		тонального решение фотографии;
		правила работы с освещением в павильоне;
		виды освещения и направления световых потоков

Выполнение обработки и систематизация цифровых изображений	ПК 2.1. Выполнять цифровую обработку фотоизображений	Навыки:
		выполнения цифровой обработки фотоизображений
		Умения:
		выполнять обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений в формате RAW;
		применять технологии растровой графики для обработки цифровых изображений;
		выполнять цветокоррекцию фотоизображений;
		выполнять обработку для улучшения визуального качества изображения
		Знания:
		состав компьютерного оборудования для профессиональной обработки цифровых изображений;
		форматы графических файлов, технологии организации графической информации, применяемые в фотографии;
		программные средства обработки цифровых изображений;
		основы цветоведения и информационные основы управления цветом;
		технологии работы в программе растровой графики;
		технологии коррекции визуального качества цифровых фотоизображений;
Создание видеопродукции событийной видеографии (по выбору)	ПК 4.3 Осуществлять процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии	технологии вывода цифровых изображений на печать;
		общие требования для печати и технические стандарты для изготовления продукции
		Навыки:
		осуществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии
		Умения:
		выполнять видеомонтаж и цветокоррекцию методами компьютерных технологий;
		выполнять работу с видеоматериалами различных форматов и стандартов;
		выбирать оборудование, программное обеспечение и иные средства для создания продукта.
		Знания:
		технология видеомонтажа, системы нелинейного монтажа;
		программное обеспечение для создания и работы с продуктами видеографии;
		стандарты и форматы видеоматериалов

4.3. Матрица компетенций выпускника

4.3.1. Матрица соответствия видов деятельности по ФГОС СПО профессиональным стандартам, квалификационным справочникам

Наименование ВД	Код и наименование ПК	Код профессионального стандарта ²	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Код и наименование трудовой функции
ВД 1 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
	ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационны	08.035 Маркетолог	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

² Указывается код профессионального стандарта из п.3.2 ПОП-П СПО

	х кампаний, акций и мероприятий			
ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу 06.013 Специалист по информационным ресурсам	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ТФ А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования	08.035 Маркетолог 06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ОТФ А Проведение подготовительных	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ТФ А/01.4

	рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	06.013 Специалист по информационным ресурсам	работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в	ТФ А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения

			социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ E Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ E/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ A Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ B Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ A/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ B/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ B/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы ТФ C/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

			ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ E Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ E/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного	ТФ А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы

	социальных сетях		продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ E Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ E/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
ВД 4 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей	06.013 Специалист по информационным ресурсам 11.013 Графический	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и

креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	дизайнер 11.010 Фотограф	информационных ресурсов ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	представительств в социальных сетях ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	06.013 Специалист по информационным ресурсам 11.013 Графический дизайнер 11.010 Фотограф	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для	06.013 Специалист по информационным ресурсам 11.013	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации

	продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Графический дизайнер 11.010 Фотограф	Создание и редактирование информационных ресурсов ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра
--	--	--	---	--

4.3.2. Матрица соответствия отраслевым требованиям дополнительных видов деятельности, компетенций выпускника, не отраженных в матрице компетенций выпускника по ФГОС СПО по профессии 11.010 «Фотограф»

Наименование ВД	Код и наименование ПК	Код профессионального стандарта	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Код и наименование трудовой функции
ВД 1 Создание фотоизображений с использованием профессиональных технологий	ПК 1.1. Осуществлять выбор оборудования для создания фотоизображения.	11.010	ОТФ В Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	ТФ В/01.5 Фиксация фотоизображения с использованием специальных технических средств
	ПК 1.3. Осуществлять рекламную фотосъемку в соответствии с техническим и творческим заданием.	11.010	ОТФ В Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	ТФ В/01.5 Фиксация фотоизображения с использованием специальных технических средств
				ТФ В/02.5 Организация сложной схемы освещения при создании фотоизображения
				ТФ В/03.5 Композиционное решение фотокадра

ВД 2 Выполнение обработки и систематизация цифровых изображений	ПК 2.1. Выполнять цифровую обработку фотоизображений.	11.010	ОТФ С Обработка фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий	ТФ С/01.5 Выполнение цветокоррекции и сложной ретуши фотоизображения
				ТФ С/02.5 Специальная обработка фотоизображения и специальные эффекты
ВД 3 Создание видеопродукции событийной видеографии	ПК 3.3. Осуществлять процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии.	11.010 15521	Выполнение отдельных видов работ по профессии рабочего 15521 Оператор видеозаписи	ПК.Х.5 Осуществлять производственный процесс подготовки и создания постановочных программ с помощью операторской техники

Дополнительные профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф» Создание фотоизображений с использованием профессиональных технологий	ПК 1.1 Осуществлять выбор оборудования для создания фотоизображения.	Навыки:
		осуществления выбора оборудования для создания фотоизображения
		Умения:
		подбирать фотоаппаратуру и фотооборудование в зависимости от вида съемки;
		профессионально владеть осветительным оборудованием и фотосъемочной аппаратурой
		Знания:
		виды и устройство различных видов фотографической аппаратуры (аналоговой и цифровой);
	ПК. 1.3 Осуществлять рекламную фотосъемку в соответствии с техническим и творческим заданием.	виды и принципы работы осветительных приборов
		Навыки:
		работы с различными схемами освещения.
		Умения:
		работать с рисующим, моделирующим фоновым и заполняющим светом;
		создавать светотональное и светотеневое освещение;
		профессионально владеть и выставлять схемы освещения осветительным оборудованием
		Знания:
		разнообразные методы и приемы освещения для различных видов фотографии;

		изобразительной задачи освещения;
		тонального решение фотографии;
		правила работы с освещением в павильоне;
		виды освещения и направления световых потоков
Выполнение обработки и систематизация цифровых изображений	ПК 2.1. Выполнять цифровую обработку фотоизображений	Навыки:
		выполнения цифровой обработки фотоизображений
		Умения:
		выполнять обработку и конвертацию цифровых фотографических изображений в формате RAW;
		применять технологии растровой графики для обработки цифровых изображений;
		выполнять цветокоррекцию фотоизображений;
		выполнять обработку для улучшения визуального качества изображения
		Знания:
		состав компьютерного оборудования для профессиональной обработки цифровых изображений;
		форматы графических файлов, технологии организации графической информации, применяемые в фотографии;
		программные средства обработки цифровых изображений;
		основы цветоведения и информационные основы управления цветом;
		технологии работы в программе растровой графики;
		технологии коррекции визуального качества цифровых фотоизображений;
Создание видеопродукции событийной видеографии (по выбору)	ПК 4.3 Осуществлять процесс монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии	технологии вывода цифровых изображений на печать;
		общие требования для печати и технические стандарты для изготовления продукции
		Навыки:
		осуществления процесса монтажа и графики видеопродукции событийной видеографии
		Умения:
		выполнять видеомонтаж и цветокоррекцию методами компьютерных технологий;
		выполнять работу с видеоматериалами различных форматов и стандартов;
		выбирать оборудование, программное обеспечение и иные средства для создания продукта.
		Знания:
		технология видеомонтажа, системы нелинейного монтажа;
		программное обеспечение для создания и работы с продуктами видеографии;
		стандарты и форматы видеоматериалов

4.3.3. Матрица соответствия компетенций и составных частей ПОП СПО специальности 42.02.01. Реклама

[illegible]

[illegible]

[illegible]

-	-	-	-	Формы пром. атт.					Итого акад.часов							Объём ОП		Курс 1		Курс 2		Курс 3	
				Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Др	Экспертное	По плану	С преп.	Ауд.	СР	ПАТТ	Пр. подгот	Обяз. часть	Вар. часть	Семес тр 1	Семес тр 2	Семес тр 3	Семес тр 4	Семес тр 5	Семес тр 6
-	Счит ать в плане	Индекс	Наименование																				
ОП.ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА									1476	1476	1423	1423		53		96.88 %	3.12 %	592	835	49			
СОО.Среднее общее образование									1476	1476	1423	1423		53		1430	46	592	835	49			
	+	ОУП	Обязательные учебные пред меты																				
	+	ДУП	Дополнительные учебные пред меты, курсы по выбору																				
	+	КВ	Курсы по выбору																				
	+	СОО.01	Базовые дисциплины	12		112222		3	1038	1038	1003	1003		35		998	40	444	545	49			
	+	СОО.01.01	Русский язык	2					84	84	78	78			6	72	12	32	52				
	+	СОО.01.02	Литература			1			112	112	110	110			2	108	4	66	46				
	+	СОО.01.03	История	1					136	136	130	130			6	136		70	66				
	+	СОО.01.05	География			2			78	78	76	76			2	72	6	32	46				
	+	СОО.01.04	Физическая культура			2			78	78	76	76			2	72	6	32	46				
	+	СОО.01.06	Физика			1			89	89	87	87			2	89		66	23				
	+	СОО.01.07	Химия			2			78	78	78	78				72	6	32	46				
	+	СОО.01.08	Биология			2			78	78	76	76			2	72	6	32	46				
	+	СОО.01.09	Основы безопасности и защиты Родины			2			68	68	62	62			6	68		18	50				
	+	СОО.01.10	Математика					3	205	205	198	198			7	205		64	92	49			
	+	ИП	индивидуальный проект						32	32	32	32				32		32					
	+	СОО.02	Профильные дисциплины	22	1	11		2	438	438	420	420		18		432	6	148	290				
	+	СОО.02.03	Обществознание	2		1			148	148	140	140			8	144	4	50	98				
	+	СОО.02.04	Информатика			1		2	144	144	140	140			4	144		50	94				
	+	СОО.02.03	Иностранный язык	2	1				146	146	140	140			6	144	2	48	98				
ПП.ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА									2952	2952	2573	2573	216	163		2144	808		23	558	880	624	867
СГ.Социально-гуманитарный цикл									337	337	312	312		25		296	41			130	98	56	53
	+	СГ.01	История России			3			46	46	42	42		4		38	8			46			
	+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности			4			50	50	46	46		4		38	12			28	22		
	+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности			4			68	68	64	64		4		68				28	40		
	+	СГ.04	Физическая культура			5			92	92	90	90		2		78	14			28	36	28	
	+	СГ.05	Основы бережливого производства			6		5	43	43	37	37		6		36	7					28	15
	+	СГ.06	Основы финансовой грамотности					6	38	38	33	33		5		38							38
ОП.Общепрофессиональный цикл									664	664	616	616		48		400	264		23	152	94	170	225
	+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе		34			5	154	154	144	144		10		56	98			88	36	30	

	+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности		4	5		3	100	100	90	90		10		88	12			32	38	30	
	+	ОП.03	История экранных искусств (История рекламной деятельности)			6			50	50	48	48		2		38	12					26	24
	+	ОП.04	Рекламная деятельность	5	4			3	107	107	95	95		12		104	3		23	32	20	32	
	+	ОП.05	Психология рекламы			6			50	50	46	46		4		38	12					13	37
	+	ОП.06	Русский язык и культура речи	6					87	87	81	81		6		76	11					26	61
	+	*ОП.07	Экономика организации и основы менеджмента			6			59	59	57	57		2			59					13	46
	+	*ОП.08	Правовое обеспечение рекламной деятельности					6	57	57	55	55		2			57						57
П.Профессиональный цикл									1735	1735	1645	1645		90		1232	503			276	688	398	373
	+	ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	34		4			252	252	234	234		18		228	24			204	48		
	+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов			4			94	94	92	92			2	80	14			56	38		
	+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	3					76	76	70	70			6	66	10			76			
	+	УП.01.01	УП						36	36	36	36				36				36			
	+	ПП.01.01	ПП						36	36	36	36				36					36		
	+	ПМ.01.01(К)	Экзамен по модулю ПМ01	4					10	10					10	10					10		
	+	ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	5		35	4	4	276	276	258	258		18		232	44			44	168	64	
	+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			3		4	68	68	64	64			4	54	14			30	38		
	+	МДК.02.02	Создание графических дизайн-макетов. Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			5	4		126	126	122	122			4	96	30			14	58	54	
	+	УП.02.01	УП						36	36	36	36				36				36			
	+	ПП.02.01	ПП						36	36	36	36				36					36		
	+	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю ПМ02	5					10	10					10	10						10	
	+	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средстами цифровых коммуникационных технологий	5		5		5	431	431	413	413		18		306	125				166	265	
	+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет			5			97	97	93	93			4	88	9				56	41	
	+	МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстного-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях					5	216	216	212	212			4	100	116				110	106	
	+	УП.03.01	УП						36	36	36	36				36						36	
	+	ПП.03.01	ПП						72	72	72	72				72						72	
	+	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю ПМ03	5					10	10					10	10						10	
	+	ПМ.03.01	Дисциплины (модули) по выбору 4 (Д В.4)																				

	+	ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях	4		4		4	334	334	316	316		18		322	12			28	306		
	+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений			4			102	102	100	100			2	90	12			28	74		
	+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки					4	114	114	108	108			6	114					114		
	+	УП.04.01	УП						36	36	36	36				36					36		
	+	ПП.04.01	ПП						72	72	72	72				72					72		
	+	ПМ.04.01(К)	Экзамен по модулю ПМ04	4					10	10					10	10					10		
	+	ПМ.05	Выполнение работ по профессии	6	55			66	298	298	280	280		18			298					69	229
	+	МДК.05.01	в		5			6	142	142	138	138			4		142					41	101
	+	МДК.05.02	Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации		5			6	74	74	70	70			4		74					28	46
	+	УП.05	УП						36	36	36	36					36						36
	+	ПП.05	ПП						36	36	36	36					36						36
	+	ПМ.05 (К)	Экзамен по модулю ПМ05	6					10	10					10		10						10
	+	ПП	Производственная практика			6			144	144	144	144				144							144
ГИА.Государственная итоговая аттестация									216	216			216			216							216
	+	ГИА.01	Подготовка к государственному экзамену						144	144			144			144							144
	+	ГИА.02	Проведение государственного экзамена						72	72			72			72							72

5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы

№ п/п	Код и наименование учебной дисциплины/ профессионального модуля	Количество часов	Категория	Обоснование
1.	СОО.01.01 Русский язык ОП.06 Русский язык и культура речи	12 11	По запросу работодателя	С целью углубление знаний
2.	ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	98	По запросу работодателя	С целью усиления практической подготовки в соответствии с профессиональным стандартом и выполнение работ по профессии "Графический дизайнер" 11.013
3.	МДК.02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	30	По запросу работодателя	С целью углубление знаний
4.	МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстного-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	116	По запросу работодателя	С целью формирования профессиональных компетенций по данному виду деятельности
5.	*ОП.07 Экономика организации и основы менеджмента	59	По запросу работодателя	С целью формирования профессиональных компетенций по данному виду деятельности и развитие ряда общих компетенций, сопряженных с этим видом деятельности
6.	*ОП.08 Правовое обеспечение рекламной деятельности	57	По запросу работодателя	С целью формирования профессиональных компетенций по данному виду деятельности и развитие ряда общих компетенций, сопряженных с этим видом деятельности
7.	* ПМ.05 Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф» МДК.05.01 Создание фотоизображений/ видеопродукции с использованием профессиональных технологий МДК 05.02 Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой	142 74	По запросу работодателя	С целью формирования профессиональных компетенций по данному виду деятельности и развитие ряда общих компетенций, сопряженных с этим видом деятельности и выполнение работ по профессии "Графический дизайнер" 11.013

	информации			
8.	УП учебная практика по ПМ 05	36	По запросу работодателя	С целью усиления практической подготовки в соответствии с профессиональным стандартом
	ПП производственная практика по ПМ 03, ПМ04, ПМ 05	108		
Итого		808		

5.3. План обучения в форме практической подготовки на предприятии (на рабочем месте)

№ п/п	Вид учебного занятия. Тема / Виды работ, практик	Код и наименование МДК, практики	Длительность обучения (в ак. часах)	Семестр обучения	Наименование рабочего места, участка/структурного подразделения	Ответственный от предприятия
1.	<i>Виды работ:</i> проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта <i>МДК 01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов</i> <i>МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</i>	36	3	ООО «РПК Новая Планета», ООО «Премиум» МОУ лицеем №8 «Олимпия» (редакционный отдел), идр	Директор
2.	<i>Виды работ:</i> разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий <i>МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</i> <i>МДК 02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</i>	36	4	ООО «РПК Новая Планета», ООО «Премиум» идр МОУ лицеем №8 «Олимпия» (редакционный отдел),	Директор
3.	<i>Виды работ:</i> продвижение торговых	ПМ 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в			ООО «РПК Новая	Директор

	марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий <i>МДК 03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет</i> <i>МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстного-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</i>	72	4	Планета», ООО «Премиум» МОУ лицеем №8 «Олимпия» (редакционный отдел), идр	
4.	<i>Виды работ:</i> создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях <i>МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений</i> <i>МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки</i>	72	5	МОУ лицеем №8 «Олимпия» (редакционный отдел), ООО «РПК Новая Планета», ООО «Премиум» идр	Директор
5.	<i>Виды работ:</i> выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф»	ПМ.05 Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф» <i>МДК.05.01 Создание фотоизображений/ видеопroduкции с использованием профессиональных технологий</i> <i>МДК 05.02 Цифровые технологии на предприятиях отрасли средств массовой информации</i>	36	6	МОУ лицеем №8 «Олимпия» (редакционный отдел), ООО «РПК Новая Планета», ООО «Премиум» идр	Директор
6.	<i>Виды работ:</i> разработка и реализация	ПМ 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта ПМ 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний,	144	6	МОУ лицеем №8 «Олимпия» (редакционный отдел), ООО «РПК Новая Планета», ООО «Премиум» идр	Директор

		акций и мероприятий ПМ 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий ПМ 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях ПМ.05 Выполнение работ по профессии 11.010 «Фотограф» ПП ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА				
--	--	---	--	--	--	--

5.4. Календарный учебный график⁴

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь					Декабрь				Январь				Февраль				Март					Апрель				Май					Июнь					Июль				Август						
Числа	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 4	5 - 11	12 - 18	19 - 25	26 - 1	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 1	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29	30 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 3	4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31				
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52				
I																		Э	К	К																					Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К			
II													У	У				Э	К	К									У	П	П	П	П									Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К		
III											У	П	П					Э	К	К				У	П	П	П	П	П								Э	Г	Гн	Гн	Гн	Гн	Г	Г	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Курс 3			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	
	Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам	16	23	39	14	18	32	13	11	24	95
У	Учебная практика				2	1	3	1	1	2	5
П	Производственная практика (по профилю специальности)					4	4	2	5	7	11
Э	Промежуточная аттестация	1	1	2	1	1	2	1	1	2	6
Гп	Подготовка к государственному экзамену								3	3	3
Г	Проведение государственного экзамена								3	3	3
К	Каникулы	2	9	11	2	9	11	2		2	24
Итого		19	33	52	19	33	52	19	24	43	147

⁴Форму календарного учебного графика (КУГ) образовательная организация разрабатывает для каждого курса и семестра обучения. В КУГ указывается количество часов, включающих самостоятельную работу. Суммарная недельная нагрузка не должна превышать 36 часов.

5.5. Примерные рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей

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

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных ФГОС СПО.

Примерные рабочие программы профессиональных модулей и учебных дисциплин обязательной части образовательной программы приведены в Приложениях 1, 2 к ПОП-П.

5.6. Примерная рабочая программа воспитания и примерный календарный план воспитательной работы

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

Примерная рабочая программа воспитания и примерный календарный план воспитательной работы по специальности представлены в Приложении 5.

5.7. Практическая подготовка

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

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

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется, в том числе на рабочем месте предприятия работодателя, при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования (для специальности), всех видов практики и иных видов учебной деятельности;
- может включать в себя отдельные лекции, семинары, которые предусматривают передачу обучающимся в формате демонстрации (моделирования) практических компонентов учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

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

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

Базами практики являются фирмы, организации, предприятия, учреждения различной направленности связанные с рекламной деятельностью.

В настоящее время ГАПОУ «ВСПК» сотрудничаем с учреждениями: МОУ лицеем №8 «Олимпия» (редакционный отдел), ООО «РПК Новая Планета», ООО «Премиум» и др.

5.8. Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация осуществляется в соответствии с Порядком

проведения ГИА.

Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в следующей форме: демонстрационный экзамен.

Примерная программа ГИА включает общие сведения; примерные требования к проведению демонстрационного экзамена. Примерная программа ГИА представлена в приложении 4

Раздел 6. Примерные условия реализации образовательной программы

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

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

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

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

Кабинеты:

Перечисляются наименования кабинетов, минимально достаточных для реализации.

Социально-гуманитарных дисциплин;

Общепрофессиональных дисциплин и МДК

Лаборатории:

-Лаборатория «Компьютерного дизайна».

-Лаборатория «Информационных и коммуникационных технологий».

-Лаборатория «Компьютерной графики и видеомонтажа».

Мастерские/зоны по видам работ:

-Мастерская «Веб - дизайн и разработка».

-Мастерская «Программные решения для

бизнеса». Спортивный комплекс⁵

Залы:

– библиотека, читальный зал с выходом в Интернет;

– актовый зал.

6.1.3 Минимально необходимый для реализации ОП СПО примерный перечень материально-технического обеспечения и примерный перечень необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения представлен в Приложении 3.

6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

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

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

⁵ Образовательная организация для реализации учебной дисциплины «Физическая культура» должна располагать спортивной инфраструктурой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, предусмотренных учебным планом.

Не допускается реализация образовательной программы с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (указывается, если профессия/специальность входит в Перечень профессий среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий)

6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы

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

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

Работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

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

Сведения о мастерах производственного дела, работниках, участвующих в реализации образовательной программы, и лицах, привлекаемых к реализации образовательной программы на иных условиях⁶

№ п/п	ФИО (при наличии) специалиста-практика	Наименование организации, осуществляющей деятельность в профессиональной сфере, в которой работает специалист-практик по основному месту работы или на условиях внешнего совместительства	Занимаемая специалистом-практиком должность	Общий трудовой стаж работы специалиста-практика в организациях, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся обучающиеся
1	Ивзанс Виктория Викторовна	ООО Рекламно-производственная компания «Новая Планета»	Директор	27 лет
2	Бывальцева Елена	ООО «Мэри Поппинс»	Директор	25 лет

⁶ Таблица может быть дополнена информацией на усмотрение образовательной организации

	Игоревна			
3	Кузнецова Татьяна Германовна	ООО «Премииум»	Директор	33 лет
4	Токарева Галина Анатольевна	ООО «Арт-презент»	Директор	23 лет
5	Черков Дмитрий Викторович	ООО «Мир наград»	Директор	18 лет
6	Бакаев Дмитрий Андреевич	ООО АМК «Кликау»	Директор	8 лет

6.4. Примерные расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы

Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы в соответствии с направленностью и квалификацией осуществляются в соответствии с Перечнем и составом стоимостных групп профессий и специальностей по государственным услугам по реализации основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования – программ подготовки специалистов среднего звена, итоговые значения и величина составляющих базовых нормативов затрат по государственным услугам по стоимостным группам профессий и специальностей, отраслевые корректирующие коэффициенты и порядок их применения, утверждаемые Минпросвещения России ежегодно.

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

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

Расчетная величина стоимости обучения из расчета на одного обучающегося в соответствии с рекомендациями федеральных и региональных нормативных документов составляет 1767 руб.

Итоговые значения и величина составляющих базовых нормативов затрат по государственным услугам по стоимостным группам профессий и специальностей по реализации основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования - программ подготовки специалистов среднего звена на 25-26

Составляющие базовых нормативов затрат	Итоговые значения и величина составляющих базовых нормативов затрат, тысяч рублей
	Очно
Затраты на оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда педагогических и других работников образовательной организации, непосредственно связанных с	16,40

оказанием государственной услуги, включая страховые взносы в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, страховые взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в соответствии с трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права	
Затраты на приобретение материальных запасов и на приобретение движимого имущества (основных средств и нематериальных активов), не отнесенного к особо ценному движимому имуществу и используемого в процессе оказания государственной услуги, с учетом срока его полезного использования, а также затраты на аренду указанного имущества	2,00
Затраты на приобретение учебной литературы, периодических изданий, издательских и полиграфических услуг, электронных изданий, непосредственно связанных с оказанием соответствующей государственной услуги	0,50
Затраты на организацию учебной и производственной практики, в том числе затраты на проживание и оплату суточных для обучающихся, проходящих практику, и сопровождающих их работников образовательной организации, за исключением затрат на приобретение транспортных услуг	5,80
Затраты на повышение квалификации педагогических работников, в том числе связанные с наймом жилого помещения и дополнительные расходы, связанные с проживанием вне места постоянного жительства (суточные) педагогических работников на время повышения квалификации, за исключением затрат на приобретение транспортных услуг	0,50
Затраты на проведение периодических медицинских осмотров	1,50
Затраты на коммунальные услуги, в том числе затраты на холодное и горячее водоснабжение и водоотведение, теплоснабжение, электроснабжение, газоснабжение и котельно-печное топливо	8,20
Затраты на содержание объектов недвижимого имущества (в том числе затраты на арендные платежи)	4,00

Затраты на содержание объектов особо ценного движимого имущества	1,50
Затраты на приобретение услуг связи, в том числе затраты на местную, междугороднюю и международную телефонную связь, интернет	0,30
Затраты на приобретение транспортных услуг, в том числе на проезд педагогических работников до места прохождения повышения квалификации и обратно, на проезд до места прохождения практики и обратно для обучающихся, проходящих практику, и сопровождающих их работников образовательной организации	1,00
Затраты на оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда работников образовательной организации, которые не принимают непосредственного участия в оказании государственной услуги (административно-хозяйственного, учебно-вспомогательного персонала и иных работников, осуществляющих вспомогательные функции), включая страховые взносы в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, страховые взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в соответствии с трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права	37,30
Затраты на организацию культурно-массовой, физкультурной и спортивной, оздоровительной работы со студентами	2,00
ИТОГО БАЗОВЫЕ НОРМАТИВЫ ЗАТРАТ	81,00