

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Горшков Георгий Сергеевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 15.07.2026 17:04:42  
Уникальный программный ключ:  
77acd55e49b7c81c7c6a46276b4779b08f9164a9

Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«Московский областной финансово-юридический институт МФЮИ»

## П Р И К А З

«7» апреля 2026 г.

г. Москва

№ 02-04/26

### Об утверждении образовательных программ среднего профессионального образования

В соответствии с п. 5 ст. 12 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ, п. 5 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 24 августа 2022 г. № 762, требованием федеральных государственных образовательных стандартов по специальностям среднего профессионального образования, на основании решения Педагогического совета Института от 10.03.2026 г., протокол № 3,  
**ПРИКАЗЫВАЮ:**

1. Утвердить образовательные программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена согласно приложению.
2. Утвердить в составе образовательной программы:
  - учебный план,
  - календарный учебный график,
  - рабочие программы учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), учебных и производственных практик,
  - оценочные материалы,
  - программу государственной итоговой аттестации,
  - методические материалы,
  - рабочую программу воспитания и календарный план воспитательной работы,
  - формы аттестации.
3. Председателям предметно-цикловых комиссий обеспечить выполнение учебных планов и программ;
4. Контроль исполнения Приказа возложить на начальника учебного отдела Куликову Е.Ю.

Директор



Г.С. Горшков

Перечень  
образовательных программ среднего профессионального образования

| Код      | Специальность                                    |
|----------|--------------------------------------------------|
| 09.02.06 | Сетевое и системное администрирование            |
| 09.02.11 | Разработка и управление программным обеспечением |
| 38.02.01 | Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)     |
| 38.02.03 | Операционная деятельность в логистике            |
| 38.02.06 | Финансы                                          |
| 38.02.07 | Банковское дело                                  |
| 38.02.08 | Торговое дело                                    |
| 40.02.02 | Правоохранительная деятельность                  |
| 40.02.04 | Юриспруденция                                    |
| 42.02.01 | Реклама                                          |
| 43.02.16 | Туризм и гостеприимство                          |
| 44.02.01 | Дошкольное образование                           |
| 44.02.02 | Преподавание в начальных классах                 |

**ПРОТОКОЛ**  
**согласования основной образовательной программы - программы подготовки**  
**специалистов среднего звена**

|                                                       |                         |
|-------------------------------------------------------|-------------------------|
| Специальность                                         | 42.02.01 Реклама        |
| Квалификация                                          | «специалист по рекламе» |
| Форма обучения                                        | очная, заочная          |
| Срок обучения (очное)<br>основное общее образование   | 2 года 10 месяцев       |
| среднее общее образование                             | 1 год 10 месяцев        |
| Срок обучения (заочная)<br>основное общее образование | 3 года 9 месяцев        |
| среднее общее образование                             | 2 года 9 месяцев        |

**Документация, представленная на согласование:**

1. Характеристика образовательной программы
2. Учебный план по очной и заочной формам обучения
3. Рабочие программы учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, учебных и производственных практик
4. Фонд оценочных средств
5. Рабочая программа воспитания, календарный график воспитательной работы, формы аттестации.

**Заключение**

1. Содержание рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей, учебных и производственных практик соответствуют требованиям к знаниям, умениям, практическому опыту, направлено на освоение видов деятельности по специальности 42.02.01 Реклама в соответствии с ФГОС и профессиональных стандартов «Фотограф», «Специалист по интернет-маркетингу», «Маркетолог».

2. Объем времени на освоении учебных дисциплин, профессиональных модулей, учебных и производственных практик достаточен для освоения указанного содержания учебного материала.

3. Объем и содержание практических работ: содержит достаточное количество, позволяющих приобрести необходимые умения и навыки.

4. Объем времени вариативной части ООП распределен оптимально между предложенными ФГОС дисциплинами, профессиональными модулями и отражает требования отрасли к подготовке новых кадров.

Выделенные ФГОС СПО 828 часов вариативной части ООП направлены на увеличение объема часов дисциплин и профессиональных модулей обязательной части, расширение и углубление подготовки, практического опыта по видам деятельности, определяемой содержанием обязательной части, в соответствии с выявленными квалификационными запросами работодателей.

5. Тематика курсовых работ: соответствует целям и задачам освоения профессионального модуля.

6. Наличие учебных кабинетов, лабораторий: обеспечивает изучение учебных дисциплин, профессиональных модулей, проведение всех видов лабораторных и практических работ, практик.

7. Оценочные материалы позволяют определить уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, определенных ФГОС.

8. Рабочая программа воспитания охватывает основные направления воспитательной работы образовательной организации, включают мероприятия профессиональной направленности.

Представленная на согласование ООП разработана в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама. Программа соответствует актуальному уровню развития отрасли, специфики региона, запросам работодателей и может обеспечивать формирование необходимых компетенций, знаний, умений, практического опыта. Часы вариативной части использованы на приобретение дополнительных знаний, умений, компетенций и практического опыта.

Работодатель

Общество с ограниченной ответственностью "КАЛМЫКОВ МЕДИА ГРУПП" (Торговая марка «Издательство «Целлюлоза» <https://zelluloza.ru>)

\_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
рашифровка подписи

МП

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на Программу государственной итоговой аттестации  
по основной образовательной программе среднего профессионального образования  
по специальности  
**42.02.01 Реклама**

Представленная на экспертизу Программа государственной итоговой аттестации (далее ГИА) устанавливает порядок организации и проведения государственной итоговой аттестации по специальности 42.02.01 Реклама.

В Программу ГИА входят:

1. Уровни демонстрационного экзамена, комплекты оценочной документации.

В Программе ГИА определена форма проведения ГИА, указан объем времени на подготовку и проведение ГИА, установлены сроки ее проведения. Программа включает регламент проведения демонстрационного экзамена, повторного прохождения ГИА, порядок подачи и рассмотрения апелляций. В Программе установлен порядок проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Работодатель

Общество с ограниченной ответственностью "КАЛЫМЫКОВ МЕДИА ГРУПП" (Торговая марка «Издательство «Целлюлоза» <https://zelluloza.ru> )

\_\_\_\_\_ /  
должность

\_\_\_\_\_ /  
подпись

\_\_\_\_\_ /  
расшифровка подписи

МП



**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  
**на фонд оценочных средств**  
по профессиональным модулям  
основной образовательной программы среднего профессионального образования  
по специальности  
**42.02.01 Реклама**

Представленные на экспертизу фонды оценочных средств (далее ФОС) предназначены для оценки качества освоения профессиональных модулей в рамках основной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**.

Материалы, входящие в ФОС профессиональных модулей, позволяют оценить уровень сформированности у обучающихся общих и профессиональных компетенций, а также их готовность к выполнению следующих видов деятельности в реальных или имитационных условиях:

- 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.

1. Структура и содержание ФОС профессиональных модулей соответствует требованиям, предъявляемым к структуре, содержанию фондов оценочных средств профессионального модуля:

1.1 Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения профессиональных модулей соответствует ФГОС СПО специальности **42.02.01 Реклама**.

1.2 Показатели и критерии оценивания результатов обучения обеспечивают возможность проведения оценки качества подготовки обучающихся.

1.3 ФОС профессиональных модулей разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности; соответствует требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяет объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций.

1.4 ФОС профессиональных модулей содержат материалы для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся, позволяющие поэтапно оценить умения, знания, практический опыт и освоенные компетенции.

1.5 ФОС профессиональных модулей максимально приближены к условиям будущей профессиональной деятельности обучающихся.

2. Направленность ФОС профессиональных модулей соответствует целям ООП по специальности **42.02.01 Реклама**, будущей профессиональной деятельности обучающегося.

3. Объём ФОС профессиональных модулей соответствует учебному плану специальности.

4. ФОС профессиональных модулей обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания.

Таким образом, структура, содержание, направленность, объём и качество ФОС профессиональных модулей отвечают предъявляемым требованиям.

#### Общие выводы

На основании проведенной экспертизы можно сделать заключение, что ФОС профессиональных модулей специальности **42.02.01 Реклама** соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта, современным требованиям рынка труда и позволит эффективно оценить качество освоения содержания профессиональных модулей по данной специальности.

Работодатель

Общество с ограниченной ответственностью "КАЛИМЫКОВ МЕДИА ГРУПП" (Торговая марка «Издательство «Целлюлоза» <https://zelluloza.ru> )

\_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
расшифровка подписи

МП



Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
«МОСКОВСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ  
ИНСТИТУТ»

---

Одобрено Педагогическим советом  
«10» марта 2026 г.  
Протокол № 3

УТВЕРЖДЕНО  
приказом Директора  
от «7» апреля 2026 г. № 02-04/26

## **ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

Среднее профессиональное образование

Программа подготовки специалистов среднего звена

Специальность **42.02.01 Реклама**

Квалификация выпускника: **"специалист по рекламе"**

Год начала подготовки - 2026

СОГЛАСОВАНО  
Протокол согласования с  
ООО "КАЛМЫКОВ МЕДИА  
ГРУПП" (Торговая марка «Изда-  
тельство «Целлюлоза»  
от 10 марта 2026 г.

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Определение основной образовательной программы**

Настоящая ООП разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама** (далее – ФГОС СПО).

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

ООП разработана для реализации образовательной программы на базе основного и среднего общего образования.

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

Нормативные основания для разработки ООП:

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

– Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама»;

– Приказ Министерства Просвещения Российской Федерации от 24 августа 2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (далее – Порядок организации образовательной деятельности);

– Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012 г. № 413 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (далее - ФГОС СОО);

– Приказ Министерства Просвещения Российской Федерации от 8 ноября 2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

– Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 885, Министерства Просвещения Российской Федерации № 390 от 5 августа 2020 г. «О практической подготовке обучающихся»;

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 декабря 2014г. № 1077н «Об утверждении профессионального стандарта «Фотограф» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 февраля 2015года, регистрационный № 36020);

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019года, регистрационный № 54635);

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018года, регистрационный № 51397);

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022г. № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 года, регистрационный № 69714)

– Приказ Министра обороны Российской Федерации № 96 и Министерства образования и науки Российской Федерации № 134 от 24 февраля 2010 г. «Об утверждении инструкции об организации обучения граждан Российской Федерации начальным знаниям в области обороны и их подготовки по основам военной службы в образовательных учреждениях среднего (полного) общего образования, образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования и учебных пунктах»;

– Устав Автономной некоммерческой организации профессионального образования «Московский областной финансово-юридический институт»;

– локальные акты МФЮИ.

## **2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: "специалист по рекламе".

Формы обучения: очная, заочная.

**Объем образовательной программы:**

– на базе среднего общего образования: 2952 академических часа;

- на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования: 4428 академических часа.

**Срок получения образования по образовательной программе:**

по очной форме обучения:

- на базе среднего общего образования: 1 год 10 месяцев;
- на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования 2 года 10 месяцев;

по заочной форме обучения:

- на базе среднего общего образования: 2 года 9 месяцев;
- на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования 3 года 9 месяцев.

### **3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА**

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

#### **Требования к результатам освоения образовательной программы**

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

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.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими видам деятельности:

### **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.

ПК 2.2. 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.

Образовательная программа по специальности **42.02.01 Реклама** разработана на основе профессиональных стандартов:

### 11.010 «Фотограф»

| Наименование обобщенной трудовой функции                                                | Код | Уровень квалификации |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------|
| Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий  | В   | 5                    |
| Обработка фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий | С   | 5                    |

В результате анализа ФГОС и профессиональных стандартов, установлено соответствие между профессиональными компетенциями и трудовыми функциями:

| Трудовые функции в соответствии с профессиональными стандартами                                         |            | Виды деятельности в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                         |            | 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 |
| <b>11.010 «Фотограф»</b>                                                                                |            |                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
| <b>ОТФ В</b><br>Создание фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий  | ТФ В/01.5. |                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                    | ПК 4.1<br>ПК 4.2<br>ПК 4.3                                                                                                               |
|                                                                                                         | ТФ В/02.5. |                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                    | ПК 4.1<br>ПК 4.2<br>ПК 4.3                                                                                                               |
|                                                                                                         | ТФ В/03.5. |                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                    | ПК 4.1<br>ПК 4.2<br>ПК 4.3                                                                                                               |
| <b>ОТФ С</b><br>Обработка фотоизображения с использованием специальных технических средств и технологий | ТФ С/01.5. |                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                    | ПК 4.1<br>ПК 4.2<br>ПК 4.3                                                                                                               |
|                                                                                                         | ТФ С/02.5. |                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                    | ПК 4.1<br>ПК 4.2<br>ПК 4.3                                                                                                               |

|  |            |  |  |  |                            |
|--|------------|--|--|--|----------------------------|
|  | ТФ С/03.5. |  |  |  | ПК 4.1<br>ПК 4.2<br>ПК 4.3 |
|--|------------|--|--|--|----------------------------|

Образовательная программа по специальности **42.02.01 Реклама** разработана на основе профессиональных стандартов:

**06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»**

| Наименование обобщенной трудовой функции                                                                                    | Код | Уровень квалификации |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------|
| Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"           | A   | 4                    |
| Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | B   | 4                    |
| Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"     | C   | 4                    |

В результате анализа ФГОС и профессиональных стандартов, установлено соответствие между профессиональными компетенциями и трудовыми функциями:

| Трудовые функции в соответствии с профессиональными стандартами                                                                   |           | Виды деятельности в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                   |           | 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 |
| <b>06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»</b>                                                                                 |           |                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
| <b>ОТФ А</b><br>Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ТФ А/01.4 | ПК.1.1<br>ПК.1.2<br>ПК.1.3                                                    |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                   | ТФ А/02.4 | ПК.1.1<br>ПК.1.2<br>ПК.1.3                                                    |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                   | ТФ А/03.4 | ПК.1.1<br>ПК.1.2<br>ПК.1.3                                                    |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
| <b>ОТФ В</b><br>Проведение подготовительных работ для кон-                                                                        | ТФ В/01.4 | ПК.1.4                                                                        | ПК.2.1<br>ПК.2.2                                                                                                                  | ПК.3.1<br>ПК.3.2<br>ПК.3.3                                                                                         |                                                                                                                                          |

|                                                                                                                                         |           |        |                  |                            |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|------------------|----------------------------|--|
| текстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"                                                      | ТФ В/02.4 | ПК.1.4 | ПК.2.1<br>ПК.2.2 | ПК.3.1<br>ПК.3.2<br>ПК.3.3 |  |
|                                                                                                                                         | ТФ В/03.4 | ПК.1.4 | ПК.2.1<br>ПК.2.2 | ПК.3.1<br>ПК.3.2<br>ПК.3.3 |  |
| <b>ОТФ С</b><br>Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ТФ С/01.4 |        | ПК.2.1<br>ПК.2.2 | ПК.3.1<br>ПК.3.2<br>ПК.3.3 |  |
|                                                                                                                                         | ТФ С/02.4 |        | ПК.2.1<br>ПК.2.2 | ПК.3.1<br>ПК.3.2<br>ПК.3.3 |  |
|                                                                                                                                         | ТФ С/03.4 |        | ПК.2.1<br>ПК.2.2 | ПК.3.1<br>ПК.3.2<br>ПК.3.3 |  |

Образовательная программа по специальности **42.02.01 Реклама** разработана на основе профессиональных стандартов:

**08.035 «Маркетолог»**

| Наименование обобщенной трудовой функции                                                             | Код | Уровень квалификации |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------|
| Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | А   | 6                    |

В результате анализа ФГОС и профессиональных стандартов, установлено соответствие между профессиональными компетенциями и трудовыми функциями:

| Трудовые функции в соответствии с профессиональными стандартами                                                      |           | Виды деятельности в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                      |           | 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 |
| <b>08.035 «Маркетолог»</b>                                                                                           |           |                                                                               |                                                                                                                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                                          |
| <b>ОТФ А</b><br>Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ТФ А/01.6 | ПК.1.4                                                                        | ПК.2.1<br>ПК.2.2                                                                                                                  | ПК.3.1<br>ПК.3.2<br>ПК.3.3                                                                                         |                                                                                                                                          |
|                                                                                                                      | ТФ А/02.6 | ПК.1.4                                                                        | ПК.2.1<br>ПК.2.2                                                                                                                  | ПК.3.1<br>ПК.3.2<br>ПК.3.3                                                                                         |                                                                                                                                          |

## 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 4.1. Общие компетенции

| Код компетенции | Формулировка компетенции                                                                                                                                    | Знания, умения                                                                                                                |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 01           | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам                                                           | <b>Умения:</b>                                                                                                                |
|                 |                                                                                                                                                             | 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)                                    |
|                 |                                                                                                                                                             | <b>Знания:</b>                                                                                                                |
|                 |                                                                                                                                                             | 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                                                                             |
|                 |                                                                                                                                                             | структуру плана для решения задач                                                                                             |
|                 |                                                                                                                                                             | порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности                                                        |
| ОК 02           | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | <b>Умения:</b>                                                                                                                |
|                 |                                                                                                                                                             | определять задачи для поиска информации                                                                                       |
|                 |                                                                                                                                                             | определять необходимые источники информации                                                                                   |
|                 |                                                                                                                                                             | планировать процесс поиска                                                                                                    |
|                 |                                                                                                                                                             | структурировать получаемую информацию                                                                                         |
|                 |                                                                                                                                                             | 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                                                   |
|                 |                                                                                                                                                             | <b>Знания:</b>                                                                                                                |
|                 |                                                                                                                                                             | 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                                                                                                                                 | <b>Умения:</b>                                                                                                                |
|                 |                                                                                                                                                             | определять актуальность нормативно-правовой документации в                                                                    |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях                                                             | профессиональной деятельности<br>применять современную научную профессиональную терминологию<br>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования<br>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи<br>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план<br>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования<br>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности<br>презентовать бизнес-идею<br>определять источники финансирования<br><b>Знания:</b><br>содержание актуальной нормативно-правовой документации<br>современная научная и профессиональная терминология<br>возможные траектории профессионального развития и самообразования<br>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности<br>правила разработки бизнес-планов<br>порядок выстраивания презентации<br>кредитные банковские продукты |
| ОК 04 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде                                                                                                                                                                                                      | <b>Умения:</b><br>организовывать работу коллектива и команды<br>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности<br><b>Знания:</b><br>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности<br>основы проектной деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ОК 05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста                                                                                                               | <b>Умения:</b><br>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе<br><b>Знания:</b><br>особенности социального и культурного контекста;<br>правила оформления документов и построения устных сообщений                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 06 | Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения | <b>Умения:</b><br>описывать значимость своей специальности<br>применять стандарты антикоррупционного поведения<br><b>Знания:</b><br>сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей<br>значимость профессиональной деятельности по специальности<br>стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ОК 07 | Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению,                                                                                                                                                                                                       | <b>Умения:</b><br>соблюдать нормы экологической безопасности;<br>определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|       |                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях                                                             | по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства<br>организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона<br><b>Знания:</b><br>правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности<br>основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности<br>пути обеспечения ресурсосбережения<br>принципы бережливого производства<br>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 | <b>Умения:</b><br>использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей<br>применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности<br>пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности<br><b>Знания:</b><br>роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека<br>основы здорового образа жизни<br>условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности<br>средства профилактики перенапряжения                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ОК 09 | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках                                                                                                   | <b>Умения:</b><br>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы<br>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы<br>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности<br>кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)<br>писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы<br><b>Знания:</b><br>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы<br>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)<br>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности<br>особенности произношения<br>правила чтения текстов профессиональной направленности |

## 4.2. Профессиональные компетенции

| Виды деятельности                                                     | Код и наименование компетенции                        | Показатели освоения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта | ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп | <b>Практический опыт:</b><br>- выявления основных и второстепенных конкурентов;<br>- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.<br><b>Умения:</b><br>- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;<br>- анализировать каналы коммуникации в соответствии характери- |

|  |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                      | <p>стикам аудитории;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;</li><li>- использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;</li><li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;</li><li>- уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.</li></ul> |
|  |                                                                                                                      | <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;</li><li>- аудиторию различных средств рекламы;</li><li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li><li>- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.</li></ul>                                                                                                            |
|  | ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка                                                                              | <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- проведения анализа рынка;</li><li>- проведения качественных аналитических исследований рынка;</li><li>- применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.</li></ul>                                                                                                                                                  |
|  |                                                                                                                      | <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- производить качественные аналитические исследования рынка.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|  |                                                                                                                      | <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|  | ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов                                                                               | <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- выявления основных и второстепенных конкурентов;</li><li>- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                       |
|  |                                                                                                                      | <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;</li><li>- уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.</li></ul>                                                                                                                                                                                                      |
|  |                                                                                                                      | <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- отраслевую терминологию;</li><li>- методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;</li><li>- структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;</li><li>- основ маркетинга.</li></ul>                                                                                                                                                                       |
|  | ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять цели и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий | <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</li><li>- Планирования системы маркетинговых коммуникаций</li><li>- Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций</li></ul>                                                                                                                                                                |
|  |                                                                                                                      | <p><b>Умения:</b></p> <p>Преобразовывать требования заказчика в бриф</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|  |                                                                                                                      | <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Принципов выбора каналов коммуникации</li></ul> <p>Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>...- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей</li></ul>                       |
|  | Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования                                               | ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

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

|                                                                                                                    |                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                    |                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li> <li>- логику и структуру плана рекламной кампании;</li> <li>- логику и структуру медиаплана;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий | ПК.3.1 Разрабатывать стратегию продвижения бренда в сети Интернет | <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;</li> <li>- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;</li> <li>- способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                                                    | ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет    | <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора и использования оффера;</li> <li>- разработки рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;</li> <li>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li> <li>- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;</li> <li>- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</li> <li>- обеспечивать качественное функционирование сайта;</li> <li>- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;</li> <li>- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- учитывать мнение заказчика при планировании РК.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>- требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему.</li> </ul> |
|                                                                                                                    | ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами                  | <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;</li> <li>- реализации рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                                                                                           |                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                           | поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета;</li> <li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;</li> <li>- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;</li> <li>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>- размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> <li>- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;</li> <li>- определять эффективные офферы;</li> <li>- создавать оригинальные и стильные логотипы;</li> <li>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>- повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;</li> <li>- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;</li> <li>- использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;</li> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.</li> </ul> |
|                                                                                                                                           |                                                                                                                                  | <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях | ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании | <p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);</li> <li>- поиска и подбора оригинального нейма и слогана.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета</li> <li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;</li> <li>- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию при с применением визу-</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|  |                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                                                                                                                                 | альных 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        | <p><b>Практический опыт:</b> -определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</p> <p>- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</p> <p>- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>- отраслевую терминологию;</p> <p>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|  | ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет | <p><b>Практический опыт:</b></p> <p>- оформления текстовых и графических документов;</p> <p>- оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;</p> <p>- создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</p> <p>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</p> <p>- конвертировать файлы в нужные форматы;</p> <p>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</p> <p>- размещать рекламные материалы в социальных медиа;</p> <p>- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;</p> <p>- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</p> <p>- обеспечивать качественное функционирование сайта;</p> <p>- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;</p> <p>- создавать графические материалы рекламного характера;</p> <p>- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</p> <p>- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;</p> <p>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</p> <p>- Создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</p> <p>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;</p> <p>- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</p> <p>- повышать информационную наглядность сайтов;</p> <p>- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</p> <p>- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных</p> |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | носителей;<br>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;<br>- требования к качественному функционированию сайтов;<br>- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;<br>- технические средства создания визуального контента;<br>- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;<br>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;<br>- структуру брифа и требования к нему;<br>- важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;<br>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;<br>- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;<br>- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов. |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## **5. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА:**

учебный план (приложение 1),  
годовой календарный учебный график (приложение 2),  
рабочие программы учебных дисциплин (модулей), программы учебной и производственной практик (приложение 3),  
рабочая программа воспитания (приложение 4),  
календарный план воспитательной работы (приложение 5),  
фонды оценочных средств (приложение 6),  
формы аттестации (приложение 7).

## **6. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ППССЗ**

Основная профессиональная образовательная программа может быть частично реализована с применением дистанционных образовательных технологий.

Использование при реализации образовательных программ методов и средств обучения, образовательных технологий, наносящих вред физическому или психическому здоровью обучающихся, запрещается.

## **7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных си-

туаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Предусмотрены следующие технологии обучения, которые позволят обеспечить достижение планируемых результатов обучения:

Используемые методы активизации образовательной деятельности:

1) методы IT – применение компьютеров для доступа к Интернет-ресурсам, использование обучающих программ с целью расширения информационного поля, повышения скорости обработки и передачи информации, обеспечения удобства преобразования и структурирования информации для трансформации ее в знание;

2) работа в команде – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи сложением результатов индивидуальной работы членов команды с делением ответственности и полномочий;

3) case-study – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений;

4) игра – ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах;

5) проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельной «добыче» знаний, необходимых для решения конкретной проблемы;

6) контекстное обучение – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением;

7) обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студентов за счет ассоциации их собственного опыта с предметом изучения;

8) индивидуальное обучение – выстраивание студентами собственных образовательных траекторий на основе формирования индивидуальных учебных планов и программ с учетом интересов и предпочтений студентов;

9) междисциплинарное обучение – использование знаний из разных областей, их группировка и концентрация в контексте конкретной решаемой задачи;

10) опережающая самостоятельная работа – изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях.

Преподаватели самостоятельно выбирают наиболее подходящие методы и формы проведения занятий.

Использование при реализации образовательных программ методов и средств обучения, образовательных технологий, наносящих вред физическому или психическому здоровью обучающихся, запрещается.

## **8. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Оценка качества освоения обучающимися основной образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую аттестацию.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по каждой учебной дисциплине и профессиональному модулю разрабатываются МФЮИ самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения. Задания разрабатываются преподавателями, реализующим программы учебных дисциплин и профессиональных модулей.

Оценочные средства для промежуточной аттестации должны обеспечить демонстрацию освоенности всех элементов программы СПО и выполнение всех требований, заявленных в программе как результаты освоения. Задания разрабатываются с участием работодателей.

Государственная итоговая аттестация по специальности **42.02.01 Реклама** проводится в форме демонстрационного экзамена.

Для государственной итоговой аттестации разрабатывается программа государственной итоговой аттестации.

Демонстрационный экзамен проводится с использованием контрольных измерительных материалов, представляющих собой комплексы заданий стандартизированной формы и критериев их оценивания.

## **9. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте института (<https://www.mfui.ru/sveden/objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.