ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 5426190EFB8D9A1F862E01FD7B446D7E
Действителен с 03.08.2025 по 27.10.2026
Владелец Скалкина Наталья Викторовна

НКТ ПЕТЕРБУРГА
И ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ
ларственное бюджетное
вательное учреждение
КОЛЛЕДЖ»

Утверждено
решением педагогического совета,
протокол № 5 от 28.05.2025 г.
директор, председатель педагогического совета
Е.В. Васина

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА

на базе основного общего образования
очная форма обучения
срок обучения 2 года 10 месяцев

Квалификация выпускника
специалист по рекламе

Санкт – Петербург
2025

СОГЛАСОВАНО:

Методическим советом

Протокол от 20.05.2025 №10

Составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 № 552

СОГЛАСОВАНО:

Главный редактор ООО «Медиа-Тур»

_____ И.Г. Смирнова

«21» мая 2025г.

МП

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ……4
РАЗДЕЛ 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....5
РАЗДЕЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА……..……..7
РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ……..……7
РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ…….27
РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ…….....29
РАЗДЕЛ 7. ФОРМИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ….....32

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящая основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) по специальности 42.02.01 Реклама разработана и реализуется в Санкт-Петербургском государственном бюджетном профессиональном образовательном учреждении среднего профессионального образования «Петровский колледж» (далее – Учреждение).

ОПОП по специальности 42.02.01 Реклама разработана образовательной организацией на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (далее – ФГОС СОО) и федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО) с учетом получаемой специальности в соответствии с:

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

– Приказом Минпросвещения России 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама»;

– Приказом Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» (далее – ФГОС СОО) (Зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2012 № 24480);

– Приказом Минпросвещения России от 23.11.2022 № 1014 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования» (далее – ФОП СОО) (Зарегистрировано в Минюсте России 22.12.2022 № 71763);

– Приказом Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 21.09.2022 № 70167);

– Приказом Минобрнауки России №885, Минпросвещения России №390 от 05.08.2020 «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся») (Зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2020 № 59778);

– Приказом Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 07.12.2021 № 66211);

– Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог».;

– Приказом Минпросвещения России от 14.10.2022 № 906 «Об утверждении Порядка заполнения, учета и выдачи дипломов о среднем профессиональном образовании и их дубликатов» (Зарегистрировано в Минюсте России 24.11.2022 № 71119);

– Санитарными правилами и нормами СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания", утвержденными постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 января 2021 г. № 2 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 29 января 2021 г., № 62296) (далее - Гигиенические нормативы);

– Санитарными правилами СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи», утвержденными постановлением Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 г. № 28 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 18 декабря 2020 г., № 61573) (далее – Санитарно-эпидемиологические требования);

– Письмо Минпросвещения России от 01.03.2023 № 05-592 «О направлении рекомендаций» (вместе с «Рекомендациями по реализации среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования»);

– Уставом Учреждения;

– Локальными нормативными актами и Положениями Учреждения;

Получение среднего профессионального образования на базе основного общего образования осуществляется с одновременным получением обучающимися среднего общего образования в пределах образовательной программы 42.02.01 Реклама.

Общеобразовательный цикл разработан с учетом получаемой специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

РАЗДЕЛ 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 ОПОП СПО является основным документом, определяющим содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама на базе основного общего образования, а также регламентирующим образовательную деятельность организации в единстве урочной и внеурочной деятельности при учете установленного ФГОС СОО и ФГОС СПО соотношения обязательной части программы и части, формируемой участниками образовательных отношений.

2.2 Объем образовательной программы - *4428 часов*. Объем образовательной программы среднего профессионального образования включает все виды учебной деятельности и соответствует федеральному

государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

Содержание образовательной программы определяется компонентами данного документа.

Форма обучения – очная.

Срок получения образования - *2 года 10 месяцев*.

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

2.3 Общий объем работы обучающихся в общеобразовательном цикле составляет *1476 часов* в соответствии с требованиями к организации образовательного процесса к учебной нагрузке при 6-дневной учебной неделе, предусмотренными Гигиеническими нормативами и Санитарно-эпидемиологическими требованиями.

2.4 В целях удовлетворения образовательных потребностей и интересов обучающихся могут разрабатываться индивидуальные учебные планы, в том числе для ускоренного обучения, в пределах осваиваемой программы среднего профессионального образования в порядке, установленном локальным нормативным актом (Положение об обучении по индивидуальному учебному плану и ускоренному обучению лиц, осваивающих программы среднего профессионального образования, утверждено приказом директора колледжа от 23.11.2023 № 964-О).

2.5 Образовательная деятельность при освоении образовательной программы среднего профессионального образования организуется в форме практической подготовки.

2.6 В процессе освоения образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама обучающимся предоставляются каникулы.

Продолжительность каникул составляет:

на 1 курсе – 11 недель, в том числе 2 недели в зимний период;

на 2 курсе – 11 недель, в том числе 2 недели в зимний период;

на 3 курсе – 2 недели, в том числе 2 недели в зимний период.

Учебная деятельность обучающихся предусматривает:

- учебные занятия: урок, практическое занятие, лабораторное занятие, консультация, лекция, семинар;
- самостоятельную работу;
- выполнение курсовой работы/проекта;
- практику;
- другие виды учебной деятельности;
- промежуточную аттестацию;
- государственную итоговую аттестацию (далее - ГИА);
- внеурочную деятельность.

Организация внеурочной деятельности обучающихся регламентируется Программой воспитания.

РАЗДЕЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА

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

3.2. Соответствие видов деятельности профессиональным модулям:

Наименование видов деятельности	Наименование профессиональных модулей
1	2
Вид деятельности по ФГОС СПО	
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Связь между требованиями ФГОС СПО, ФГОС СОО, образовательной деятельностью и системой оценки результатов освоения ОПОП СПО обеспечивается через достижение запланированных результатов программы.

Планируемые результаты являются содержательной и критериальной основой для разработки рабочих программ учебных предметов, курсов, рабочих программ курсов внеурочной деятельности, программы развития универсальных учебных действий, рабочей программы воспитания, программ дисциплин, модулей, междисциплинарных курсов, практик, а также для системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП СПО.

Объекты оценки образовательной программы:

4.1. Личностные результаты.

Личностные результаты освоения основной образовательной программы достигаются в единстве учебной и воспитательной деятельности

организации, осуществляющей образовательную деятельность, в соответствии с традиционными российскими социокультурными, историческими и духовно-нравственными ценностями, принятыми в обществе правилами и нормами поведения, и способствуют процессам самопознания, самовоспитания и саморазвития, развития внутренней позиции личности, патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества и старшему поколению, закону и правопорядку, труду, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

Личностные результаты освоения ОПОП СПО обучающимися отражают готовность и способность обучающихся руководствоваться сформированной внутренней позицией личности, системой ценностных ориентаций, позитивных внутренних убеждений, соответствующих традиционным ценностям российского общества, расширение жизненного опыта и опыта деятельности в процессе реализации основных направлений воспитательной деятельности.

4.2 Метапредметные результаты.

Метапредметные результаты освоения основной образовательной программы отражают:

- овладение универсальными учебными познавательными действиями;
- овладение универсальными коммуникативными действиями;
- овладение универсальными регулятивными действиями.

Конкретизация и утончение метапредметных результатов как с позиции организации их достижения в образовательной деятельности, так и с позиции оценки достижения этих результатов представлены в рабочих программах предметов.

4.3 Предметные результаты.

Предметные результаты определяются для каждой учебной дисциплины в соответствии с ФГОС СОО в рабочих программах таких дисциплин. Конкретизация и утончение предметных результатов как с позиции организации их достижения в образовательной деятельности, так и с позиции оценки достижения этих результатов представлены в рабочих программах предметов.

4.4 Общие компетенции.

В результате освоения образовательной программы у выпускника формируются общие и профессиональные компетенции:

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Знания, умения**
ОК 01		**Умения:**

	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах 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	**Умения:** 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
		Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации

		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	**Умения:** определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования
		Знания: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	**Умения:** организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05		**Умения:**

	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	**Умения:** описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	**Умения:** соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания: правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности пути обеспечения ресурсосбережения принципы бережливого производства

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

4.5 Профессиональные компетенции

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими выбранным видам деятельности, предусмотренными пунктом 2.4 ФГОС СПО:

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
ВД 1 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	**Навыки:** выявления основных и второстепенных конкурентов; проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; доводить информацию заказчика до целевой аудитории; использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.
		Знания: способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; аудитории различных средств рекламы; форм и методов работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК 1.2. Проводить анализа объема рынка	**Навыки:** проведения анализа рынка; проведения качественных аналитических исследований рынка;

		применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания: методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК 1.3. Проводить анализа конкурентов	**Навыки:** выявления основных и второстепенных конкурентов; проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания: отраслевой терминологии; методики и инструментов для проведения маркетингового исследования; структуры и алгоритма проведения исследований и требования к ним; основ маркетинга.
	ПК 1.4. Осуществлять определения и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Навыки:** определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий планирования системы маркетинговых коммуникаций разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения: преобразовывать требования заказчика в бриф
		Знания: принципов выбора каналов коммуникации видов и инструментов маркетинговых коммуникаций

		алгоритма учета пожеланий заказчика при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
ВД 2 Освоение видов работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (390501 Парикмахер)	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Навыки:** планирования системы маркетинговых коммуникаций
		Умения: определять ключевые цели рекламной кампании формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; учитывать мнение заказчика при планировании РК; использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.
		Знания: методики рекламного планирования; инструментов рекламного планирования; системы маркетинговых коммуникаций; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций принципов выбора каналов коммуникации; аудитории различных средств

		рекламы; отраслевой терминологии; форм и методов работы с аудиторией, мотивации труда; технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; принципов стратегического и оперативного планирования РК; видов запросов пользователей в поисковых системах интернета особенностей размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; принципов функционирования современных социальных медиа; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; алгоритма учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	**Навыки:** разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения: составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; осуществлять медиапланирование; определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; преобразовывать требования

		заказчика в бриф; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
		Знания: алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; логики и структуры плана рекламной кампании; логики и структуры медиаплана; структуры брифа и требований к нему; алгоритма определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
	ПК 2.3 Выполнять экономические расчеты для создания и реализации рекламного продукта[1]	**Навыки:** выполнения экономических расчетов для создания и реализации рекламного продукта
		Умения: определять основные технико-экономические показатели деятельности рекламной организации разрабатывать бизнес-план организации
		Знания: экономического механизма и экономических показателей деятельности рекламной организации основных принципов работы организации в условиях рыночной экономики

[1] Профессиональная компетенция введена в образовательную программу с целью расширения ВД 2

		путей эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов
ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	**Навыки:** аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знания: типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Навыки: подбора и использования оффера; разработки рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения: подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирования сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать креативные и

		качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; преобразовывать требования заказчика в бриф; учитывать мнение заказчика при планировании РК.
		Знания: возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; видов сайтов, их возможностей и вариантов применения; требований к качественному функционированию сайтов; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; отраслевой терминологии; алгоритма учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; структуры брифа и требований к нему.
	ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**Навыки:** структуры и базовых принципов рекламного сообщения; реализации рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения: использовать поисковые системы интернета; использовать технологии поисково-контекстной рекламы; использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы;

		использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; определять эффективные офферы; создавать оригинальные и стильные логотипы; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.
		Знания: отраслевой терминологии; алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

	ПК 3.4 Создавать анимационную графику и визуальные эффекты с помощью специального программного обеспечения [2]	**Навыки:** создания анимационной графики и визуальных эффектов с помощью специального программного обеспечения
		Умения: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации
		Знание: технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации
	ПК 3.5 Осуществлять разработку дизайна веб-приложения с учетом современных тенденций в области веб-разработки	**Навыки:** осуществления разработки дизайна веб-приложения с учетом современных тенденций в области веб-разработки
		Умение: использовать мультимедийные и веб-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта
		Знание: технологии создания Интернет-рекламы
ВД 4 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	**Навыки:** подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения; поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умения: использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;

[2] ПК 3.4 И 3.5 введены в образовательную программу с целью расширения ВД 3

		определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
		Знания: видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; отраслевой терминологии; требований к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной/коммуникационной компании	**Навыки:** определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
		Умения: использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания: отраслевой терминологии; алгоритма учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение	**Навыки:** оформления текстовых и графических документов;

	рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	оформления рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
		Умения: использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирования сайта; писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;

		составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
		Знания: программного обеспечения, необходимого для макетирования рекламных носителей; возможностей интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; видов сайтов, их возможностей и варианты применения; требований к качественному функционированию сайтов; программного обеспечения, необходимого для макетирования рекламных носителей; технических средств создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; структуру брифа и требования к нему; алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требований к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологий воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

	ПК 4.4 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы[3]	**Навык:** выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта
		Умение: разрабатывать макеты рекламных носителей с использованием инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов
		Знание: технологии разработки макетов рекламных носителей с использованием инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов
	ПК 4.5 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	**Навык:** построения модели (макета, сценария) объекта с учётом выбранной технологии
		Умение: разрабатывать сценарии для съёмок и монтажа рекламы;
		Знание: техники, технологий и технических средств фотосъёмки в рекламе; техники, технологий и технических средств видеосъёмки в рекламе; техники и программных средств для создания печатного рекламного продукта; технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологии создания Интернет-рекламы; аппаратного и программного обеспечения.
	ПК 4.6 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	**Навык:** подготовки к производству рекламного продукта
		Умения:

[3] ПК 4.4 - ПК 4.9 введены в образовательную программу с целью расширения ВД 4

		выбирать материалы с учетом их формообразующих свойств; выполнять эталонные образцы рекламного продукта или его отдельных элементов в макете, материале;
		Знания: технологические, эксплуатационные и гигиенические требования, предъявляемые к материалам
	ПК 4.7 Осуществлять фотосъёмку для производства рекламного продукта	**Навык:** осуществления фотосъёмки для производства рекламного продукта
		Умение: осуществлять фотосъёмку для производства рекламного продукта;
		Знание: техники, технологий и технических средств фотосъёмки в рекламе технику и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технологию создания Интернет-рекламы аппаратное и программное обеспечение.
	ПК 4.8 Осуществлять видеосъёмку для производства рекламного продукта	**Навык:** осуществления видеосъёмки для производства рекламного продукта
		Умение: осуществлять видеосъёмку для производства рекламного продукта;
		Знание: технику, технологии и технические средства видеосъёмки в рекламе
	ПК 4.9 Использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации	**Навык:** использования профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации
		Умение: использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта
		Знание:

		технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации

РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В соответствии со ст.2 п.9 Федерального Закона «Об образовании в Российской Федерации» пакет документов ОПОП СПО содержит информацию об основных характеристиках образования: объеме, содержании, планируемых результатах; организационно-педагогических условиях, а также сроках и формах аттестации.

5.1. Состав пакета документов ОПОП СПО:

5.1.1 Учебный план (Приложение 1) по специальности 42.02.01 Реклама, в котором представлены перечень, последовательность и распределение по семестрам учебных дисциплин, профессиональных модулей, практики, формы и сроки промежуточной и государственной итоговой аттестации, а также учебная нагрузка обучающихся.

Учебный план включает изучение следующих учебных циклов:

- общеобразовательного;
- социально - гуманитарного;
- общепрофессионального;
- профессионального.

Общеобразовательный цикл включает учебные дисциплины, предусмотренные федеральной образовательной программой среднего общего образования.

Социально-гуманитарный и общепрофессиональный циклы включают в себя обязательные учебные дисциплины, предусмотренные ФГОС СПО, а также дисциплины, сформированные участниками образовательных отношений (вариативные).

Профессиональный цикл образовательной программы включает профессиональные модули, которые формируются в соответствии с выбранными видами деятельности, предусмотренными пунктом 2.4 ФГОС СПО, а также дополнительными видами деятельности, сформированными Учреждением самостоятельно, по запросу работодателя.

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

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

квалификации специалиста среднего звена, указанной в пункте 1.1 ФГОС СПО.

В пояснениях к учебному плану:

– конкретизируются вопросы организации учебного процесса и режима занятий;

– приведены данные по использованию банка часов вариативной части ОПОП СПО;

– указаны методы проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации;

– описаны виды практики и др.

Учебный план ОПОП СПО предваряют календарный учебный график и сводные данные по бюджету времени, разработанные на основании требований соответствующего ФГОС СПО.

5.1.2 Рабочие программы учебных дисциплин (Приложение 2) и профессиональных модулей, практик (Приложение 3), определяющие:

– место и назначение учебной дисциплины/профессионального модуля/практики в ОПОП СПО;

– структуру и содержание учебной дисциплины/профессионального модуля, а также результат освоения;

– условия реализации программы;

– формы и методы контроля и оценки результатов освоения учебной дисциплины/профессионального модуля/практики.

5.1.3 Оценочные материалы (далее – ОМ) представленные в виде приложения к рабочей программе учебной дисциплины, МДК, практикам, модулям и ГИА (ОМ ГИА в виде программы ГИА), систематически пополняются и обновляются в целях обеспечения достижения обучающимися результатов, заданных ФГОС СПО, а также для приведения подготовки выпускников в соответствие с изменяющимися требованиями регионального рынка труда и предоставления им возможности продолжения образования.

5.1.4 Рабочая программа воспитания, календарный план воспитательной работы (Приложение 5, Приложение 6)

5.1.5 Программа государственной итоговой аттестации (Приложение 7) содержит описание требований к дипломной работе/проекту, что способствует систематизации и закреплению знаний выпускника по должности служащего при решении конкретных задач, а также выяснению уровня подготовки выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Содержание заданий дипломной работы/проекта соответствует результатам освоения одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования.

Обязательным элементом государственной итоговой аттестации является демонстрационный экзамен, который проводится на основании оценочных материалов, разработанных оператором демонстрационного

экзамена базового и профильного уровней по образовательным программам среднего профессионального образования.

РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1. Материально- техническое обеспечение образовательной программы:

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

Перечень специальных помещений

Кабинеты:

- социально-гуманитарных дисциплин;
- иностранного языка;
- менеджмента и экономики организации
  - кабинет маркетинга
  - кабинет проектирования рекламного продукта
  - основ бережливого производства
  - психологии в рекламе
- безопасности жизнедеятельности и охраны труда;
- рисунка, живописи и цветоведения;

Лаборатории:

- информационно-коммуникационных систем и технологий;
- макетирования графических работ, графики и культуры экспозиции;
- компьютерной графики, видеомонтажа и компьютерного дизайна;
- видеостудия;
- фотолаборатория;
- фотостудия.

Спортивный комплекс

Залы:

– библиотека, читальный зал с выходом в интернет;

– актовый зал.

6.1.2. Материально-техническое оснащение кабинетов, лабораторий, мастерских и баз практики по специальности.

Колледж располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической работы обучающихся, предусмотренных

учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам в разрезе выбранных траекторий.

Учебная практика реализуется в лабораториях Колледжа, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

Производственная практика реализуется в организациях по специальности профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области.

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

6.2. Учебно-методическое обеспечение образовательной программы:

6.2.1. Библиотечный фонд колледжа укомплектован печатными изданиями и электронными изданиями по каждой дисциплине (модулю) из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей) в качестве основной литературы, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль).

В колледже имеется электронная информационно-образовательной среда.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению.

Колледж обеспечен учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям).

6.2.2. Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными учебными изданиями, адаптированными для обучения указанных обучающихся.

6.3. Практическая подготовка обучающихся.

6.3.1. Практическая подготовка направлена на совершенствование модели практико-ориентированного обучения, усиление роли работодателей при подготовке служащих, специалистов среднего звена путем расширения компонентов (частей) образовательных программ, предусматривающих моделирование условий, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью, а также обеспечения условий для получения обучающимися практических навыков и компетенций,

соответствующих требованиям, предъявляемым работодателями к квалификациям специалистов, рабочих.

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

6.3.3. Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

– реализуется при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики и иных видов учебной деятельности;

– предусматривает демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным;

– включает в себя отдельные лекции, семинары, мастер-классы, которые предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

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

6.3.5. Практическая подготовка организуется в учебных, учебно-производственных лабораториях, мастерских, учебных базах практики и иных структурных подразделениях образовательной организации, а также в специа льно оборудованных помещениях (рабочих местах) профильных организаций на основании договора о практической подготовке обучающихся, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

6.3.6. Результаты освоения образовательной программы (ее отдельных частей) оцениваются в рамках промежуточной и государственной итоговой аттестации, организованных в форме демонстрационного экзамена.

6.4. Кадровые условиям реализации образовательной программы.

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

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

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

РАЗДЕЛ 7. ФОРМИРОВАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) является обязательной для образовательных организаций СПО. Она проводится по завершении всего курса обучения по направлению подготовки. В ходе ГИА оценивается степень соответствия сформированных компетенций выпускников требованиям ФГОС СПО.

7.2. Выпускники, освоившие программы подготовки специалистов среднего звена, сдают ГИА в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы). Требования к содержанию, объему и структуре дипломной работы образовательная организация определяет самостоятельно с учетом ПОП.

Государственная итоговая аттестация завершается присвоением квалификации специалиста среднего звена: «специалист по туризму и гостеприимству».

7.3. Для государственной итоговой аттестации образовательной организацией разрабатывается программа государственной итоговой аттестации и оценочные материалы.

7.4. Примерные оценочные материалы для проведения ГИА включают типовые задания для демонстрационного экзамена, примеры тем дипломных работ, описание процедур и условий проведения государственной итоговой аттестации, критерии оценки.

Примерные оценочные материалы для проведения ГИА приведены в Приложении 7.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ О СОГЛАСОВАНИИ

вариативной части основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама

Вариативная часть образовательной программы дает возможность расширения (углубления) подготовки, определяемой содержанием обязательной части, получения дополнительных компетенций, знаний и умений, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда.

Вариативная часть (816 часов) ОПОП распределена в соответствии с запросами рынка труда и возможностями продолжения образования следующим образом:

Индекс	Наименование учебных дисциплин и МДК профессиональных модулей	Дополнительный объем содержания профессионального образования, час
СГ	**Социально-гуманитарный цикл**	**50**
СГ.01	История России	12
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	38
ОП	**Общепрофессиональный цикл**	**94**
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	54
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	40
ПЦ	**Профессиональный цикл**	**672**
МДК 02.03	Экономические основы рекламной деятельности	52
МДК 03.03	Мультимедиа	112
МДК 03.04	Дизайн интернет- страниц	52
МДК 04.03	Техника и технология рекламной фотографии	120
МДК 04.04	Техника и технология видео	120
ПП 03.01	Производственная практика	72
ПДП	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)	144
	Всего по циклам:	**816**

Согласовано:
Главный редактор ООО «Медиа-Тур»
_____ И.Г. Смирнова
«21» мая 2025 г.
МП