

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Глазовский инженерно-экономический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»
(ГИЭИ (филиал) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)



ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

по специальности

42.02.01 РЕКЛАМА

Форма обучения очная

Квалификация выпускника
специалист по рекламе

Год набора - 2026

Программа подготовки специалистов среднего звена разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации 21 июля 2023г. № 552.

Организация-разработчик: Глазовский инженерно-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»

Разработчик:

Пронина Ирина Викторовна, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент»

Утверждено: выпускающей кафедрой (учебно-методической комиссией специальности) "Экономика и менеджмент"

Протокол № 6 от «10» сентября 2025г.

И.о зав. кафедрой _____ И.В. Пронина, к.э.н., доцент

Программа обсуждена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии ГИЭИ (филиала) ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»
Протокол № 1 от 11.09.2025

Председатель УМК _____ А.Г. Горбушин

Согласовано с экспертами (работодателями):

ООО «Мебельная компания
«Мама»

Генеральный директор

/ Н.А. Богданова

ИП Макарова
Рекламное агентство
«Максимум»

/ Т.С. Макарова



Содержание

1. Общие положения	4
1.1. Программа подготовки специалистов среднего звена	4
1.2. Нормативно-правовые документы для разработки ППССЗ	4
1.3. Общая характеристика ППССЗ	5
1.3.1. Цель (миссия) ППССЗ	5
1.3.2. Нормативный срок освоения ППССЗ	5
1.3.3. Трудоемкость ППССЗ	5
1.3.4. Особенности ППССЗ	5
1.3.5. Требования к абитуриентам	6
1.3.6. Востребованность выпускников	6
1.3.7. Возможности продолжения образования выпускника	6
1.3.8. Основные пользователи ППССЗ	6
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	6
2.1. Область профессиональной деятельности	6
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника	6
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника	7
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника	7
3. Требования к результатам освоения ППССЗ	9
3.1. Общие компетенции	9
3.2. Виды профессиональной деятельности и профессиональные компетенции	9
3.3. Матрица соответствия компетенций учебным дисциплинам	10
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ППССЗ	10
4.1. Календарный учебный график	10
4.2. Рабочий учебный план	10
4.3. Рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей	11
4.4. Рабочие программы учебной и производственной практик	12
4.5. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы ..	14
5. Контроль и оценка результатов освоения ППССЗ	14
5.1. Контроль качества освоения ППССЗ	14
5.2. Контроль и оценка достижений обучающихся	14
5.3. Порядок выполнения и защиты выпускной квалификационной работы	15
5.4. Организация государственной итоговой аттестации выпускников	15
6. Ресурсное обеспечение ППССЗ	16
6.1. Кадровое обеспечение	16
6.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса	17
6.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса	18
6.4. Базы практики	18
7. Нормативно-методическое обеспечение и материалы, обеспечивающие качество освоения ППССЗ	18
8. Характеристика среды института, обеспечивающая развитие общих компетенций выпускников	19
Приложение 1	21

1. Общие положения

1.1. Программа подготовки специалистов среднего звена

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) специальности 42.02.01 Реклама, реализуется по программе базовой подготовки.

ППССЗ представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную с учетом требований регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта специальности среднего профессионального образования (ФГОС СПО), утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. №552.

ППССЗ регламентирует цель, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии организации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей, учебной и производственной практики, программу воспитания и календарный план воспитательной работы, и другие методические материалы, обеспечивающие качественную подготовку обучающихся.

ППССЗ ежегодно пересматривается и обновляется в части содержания учебных планов, состава и содержания рабочих программ дисциплин, рабочих программ профессиональных модулей, программ практик, методических материалов, обеспечивающих качество подготовки обучающихся.

ППССЗ реализуется в совместной образовательной, научной, производственной, общественной и иной деятельности обучающихся и работников университета.

Реализация ППССЗ осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

1.2. Нормативно-правовые документы для разработки ППССЗ

Нормативная основа разработки ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г.
- Приказ Министерства просвещения РФ от 24 августа 2022 года N 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования».
- Приказ Министерства просвещения РФ от 8 ноября 2021 г. N 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»
- Приказ Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 № 885/390 «Об утверждении Положения о практической подготовке обучающихся»;
- Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»;
- Положение о ГИЭИ (филиале) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова».
- Локальные нормативные акты Глазовского инженерно-экономического института (филиала) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова».

1.3. Общая характеристика ППССЗ

1.3.1. Цель (миссия) ППССЗ

ППССЗ имеет целью развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО по данной специальности.

В результате освоения ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама выпускник будет профессионально готов к следующим основным видам деятельности:

- проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;
- создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

1.3.2. Нормативный срок освоения ППССЗ

1. Получение СПО по ППССЗ допускается только в образовательной организации.
2. Сроки получения СПО по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки в очной форме обучения и присваиваемая квалификация приводятся в Таблице 1.

Таблица 1

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	Наименование квалификации базовой подготовки	Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки в очной форме обучения
основное общее образование	специалист по рекламе	2 года 10 месяцев
среднее общее образование	специалист по рекламе	1 год 10 месяцев

1.3.3. Трудоемкость ППССЗ

Трудоемкость ППССЗ среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама за весь период обучения в соответствии с ФГОС СПО по данной специальности составляет 4428 часов и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, учебной и производственной (по профилю специальности, преддипломной) практики, а также время, необходимое для контроля качества освоения студентом ППССЗ.

1.3.4. Особенности ППССЗ

При разработке ППССЗ учтены требования регионального рынка труда, запросы потенциальных работодателей и потребителей по профилю специальности. Специальность 42.02.01 Реклама реализуется в областях 08 Финансы и экономика, 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии, 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

В учебном процессе преподаватели для активизации познавательной деятельности студентов при проведении теоретических и практических занятий используют:

- интерактивные технологии обучения, такие как деловые игры, разработка проектов, решение ситуационных задач и т.д.;
- системное использование различных дидактических средств, тестовых заданий, проблемных вопросов и т.д.;

В учебном процессе преподаватели используют электронные ресурсы, компьютерные материалы и мультимедийные средства. Студенты имеют свободный доступ к сети Интернет.

Тематика курсовых и выпускных квалификационных работ определяется совместно с потенциальными работодателями и направлена на удовлетворение запросов заказчика.

Для аттестации при текущем контроле и промежуточной аттестации разработаны фонды и комплексы оценочных средств, которые периодически корректируются, и проходят утверждение на заседаниях кафедры «Экономика и менеджмент».

Государственная итоговая аттестация включает в себя демонстрационный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы. Выпускникам, успешно прошедшим государственную итоговую аттестацию, выдаются дипломы ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова» установленного образца.

1.3.5. Требования к абитуриентам

Абитуриент должен иметь документ государственного образца об основном общем образовании или о среднем общем образовании.

1.3.6. Востребованность выпускников

Выпускники специальности 42.02.01 Реклама востребованы на предприятиях и в организациях города Глазова и Удмуртской Республики.

1.3.7. Возможности продолжения образования выпускника

Выпускник, освоивший ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама, подготовлен:

- к освоению ООП ВО наряду с выпускниками среднего общего образования;
- к освоению ООП ВО в сокращенные сроки по таким направлениям подготовки, как 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»).

1.3.8. Основные пользователи ППССЗ

Основными пользователями ППССЗ являются:

- преподаватели и сотрудники ГИЭИ (филиала) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»;
- студенты, обучающиеся по специальности 42.02.01 Реклама;
- родители студентов;
- абитуриенты и их родители;
- социальные партнеры-работодатели.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

2.1. Область профессиональной деятельности

Области профессиональной деятельности выпускников: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, 08 Финансы и экономика, 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии, согласно приказу Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2014 г. N 667н "О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)" (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 ноября 2014 г., регистрационный N 34779) с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 9 марта 2017 г. N 254н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 марта 2017 г., регистрационный N 46168).

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускников базовой подготовки являются:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернет, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;

- рекламная кампания;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Специалист по рекламе готовится к следующим видам деятельности:

- проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;
- создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

В результате освоения ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама Специалист по рекламе должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности ППССЗ:

В области проведения исследований для создания и реализации рекламного продукта:

- определять целевую аудиторию и целевые группы;
- проводить анализ объема рынка;
- проводить анализ конкурентов;
- определять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

иметь **практический опыт** в проведения исследований для создания и реализации рекламного продукта по запросу заказчика.

Уметь:

- сегментировать рынок потребителей по разным критериям сегментации;
- определять целевую аудиторию;
- рассчитывать объем рынка;
- проводить анализ объема рынка, формулировать выводы;
- проводить анализ конкурентов, формулировать выводы;
- проводить рекламные и коммуникационные кампании, акции и мероприятия.

Знать:

- понятие целевой аудитории и целевых групп;
- способы сегментации рынка;
- понятие и способы расчёта объема рынка;
- цели и задачи анализа объема рынка;
- методику анализа объема рынка;
- понятие и виды конкуренции;
- цели и задачи анализа конкурентов;
- методику проведения анализа конкурентов;
- цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

В области разработки и осуществления стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий:

- проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах;

иметь **практический опыт** в разработке и осуществлении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий по запросу заказчика.

Уметь:

- осуществлять стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий по запросу заказчика;
- предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных заказчиком форматах.

Знать:

- цели и задачи стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- методику проведения стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

В области продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий:

- разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
- разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
- проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

иметь **практический опыт** в продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

Уметь:

- разрабатывать политику продвижения бренда в сети Интернет по заданию заказчика;
- разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет;
- проводить рекламные кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Знать:

- понятие, цели и задачи политики продвижения бренда в сети Интернет;
- основные стратегии продвижения бренда в сети Интернет;
- цели и задачи рекламных кампаний бренда в сети Интернет;
- виды рекламных кампаний бренда в сети Интернет;
- основные инструменты поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

В области создания ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях:

- разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;
- разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании;
- проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

иметь **практический опыт** в создании ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Уметь:

- разрабатывать креативные рекламные решения по заданию заказчика;
- размещать на основных рекламных носителях рекламный контент для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Знать:

- цели и задачи креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании бренда;
- основные творческие рекламные решения для рекламной/коммуникационной кампании;
- методику разработки и размещения на основных рекламных носителях рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

В области выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (выполнение работ по профессии «Агент рекламный»):

- осуществлять в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров и услуг;

- информировать потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах. иметь **практический опыт** в выполнении работ по профессии Агент рекламный.

Уметь:

- продвигать товары и услуги на разных площадках в качестве посредника;

- создавать рекламные решения.

Знать:

- законодательство о рекламе;

- виды рекламы и основы организации рекламной деятельности;

- требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам;

- приемы и методы делового общения и ведения переговоров;

- основы психологии.

3. Требования к результатам освоения ППССЗ

3.1. Общие компетенции

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.

3.2. Виды профессиональной деятельности и профессиональные компетенции

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

3.2.1 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.

3.2.2 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.

3.2.3. 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.

3.2.4. 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.

Обучающиеся, осваивающие образовательную программу, осваивают также профессию рабочего (одну или несколько) в соответствии с перечнем профессий рабочих, должностей служащих, рекомендуемых к освоению в рамках образовательной программы по специальности (приложение N 2 к ФГОС СПО) – Агент рекламный.

3.3. Матрица соответствия компетенций учебным дисциплинам

Матрица соответствия компетенций и формирующих их составных частей ППССЗ представлена в Приложении 1.

3. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ППССЗ

4.1. Календарный учебный график

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама, включая теоретическое обучение, практики, промежуточную и итоговую аттестации, каникулы.

Календарный учебный график служит для организации учебного процесса при освоении ППССЗ для студентов и формируется на учебный год на основе требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама к срокам освоения ППССЗ и учебного плана.

4.2. Рабочий учебный план

Учебный план определяет следующие характеристики ППССЗ по специальности:

- объемные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам;
- перечень учебных дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (междисциплинарных курсов, учебной и производственной практик);
- последовательность изучения учебных дисциплин и профессиональных модулей;

- распределение по годам обучения и семестрам различных форм промежуточной аттестации по учебным дисциплинам, профессиональным модулям (и их составляющим междисциплинарным курсам, учебной и производственной практике);
- объемы учебной нагрузки по видам учебных занятий, по учебным дисциплинам, профессиональным модулям и их составляющим;
- сроки прохождения и продолжительность производственной (преддипломной) практики;
- формы государственной итоговой аттестации, объемы времени, отведенные на подготовку и защиту выпускной квалификационной работы в рамках ГИА;
- объем каникул по годам обучения.

Учебная нагрузка обучающихся (во взаимодействии с преподавателем и самостоятельная работа) составляет 36 академических часа в неделю по освоению ППССЗ.

Учебная нагрузка обучающихся во взаимодействии с преподавателем предполагает теоретическое обучение, практические занятия, включая семинары, лабораторные работы и выполнение курсовых работ.

Самостоятельная работа организуется в форме выполнения докладов, курсовых работ, индивидуальных проектов, подготовки рефератов, работы со справочно-правовыми и поисковыми системами, направленных на формирование таких компетенций, связанных с использованием информационных технологий в профессиональной деятельности, осуществлением поиска, анализа и интерпретации информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности, что позволяет сформировать профессиональные качества.

ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама предполагает изучение следующих учебных циклов:

- социально-гуманитарный;
- общепрофессиональный;
- профессиональный.

В рамках образовательной программы выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений (вариативная часть).

Обязательная часть образовательной программы направлена на формирование общих и профессиональных компетенций

Объем обязательной части без учета объема государственной итоговой аттестации составляет не более 70 процентов от общего объема времени, отведенного на освоение образовательной программы.

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

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

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

Профессиональный цикл образовательной программы включает профессиональные модули, которые формируются в соответствии с видами деятельности, предусмотренными пунктом 3.2 настоящей ППССЗ. В состав профессионального модуля входит один или несколько

междисциплинарных курсов. Объем профессионального модуля составляет не менее 6 зачетных единиц.

Практика входит в профессиональный цикл и имеет следующие виды - учебная практика и производственная практика, которые реализуются в форме практической подготовки.

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

Государственная итоговая аттестация завершается присвоением квалификации специалиста среднего звена.

4.3. Рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей

Рабочие программы дисциплин разработаны в соответствии с:

- ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г.
- нормативно-правовыми актами Правительства РФ и Министерства образования и науки РФ;
- требованиями работодателей;
- Методическими рекомендациями по разработке рабочих программ учебных дисциплин и профессиональных модулей.

Рабочие программы дисциплин и профессиональных модулей утверждаются директором ГИЭИ (филиала) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова».

Программы учебных дисциплин содержат следующие структурные элементы:

- титульный лист
- сведения о согласовании и утверждении программы, разработчиках;
- паспорт программы учебной дисциплины;
- структура и содержание учебной дисциплины;
- условия реализации программы учебной дисциплины;
- контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины;

Программы профессиональных модулей содержат следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- сведения о согласовании и утверждении программы, разработчиках, экспертах;
- паспорт программы профессионального модуля;
- результаты освоения профессионального модуля;
- структура и содержание профессионального модуля;
- условия реализации программы профессионального модуля;
- контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.

4.4. Рабочие программы учебной и производственной практик (по профилю специальности, преддипломной)

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. При реализации ППССЗ предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная, которые реализуются в форме практической подготовки.

Производственная практика состоит из двух этапов: практики по профилю специальности и преддипломной практики.

Учебная практика и производственная практика проводятся образовательной организацией при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализуется концентрированно.

Практика может быть организована:

– непосредственно в Институте, в том числе в структурном подразделении Института, предназначенном для проведения практической подготовки;

– в организации, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора о практической подготовке, заключаемого между ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова» и профильной организацией.

Учебная практика направлена на углубление студентом первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности.

Производственная практика (по профилю специальности) направлена на формирование и развитие у студентов общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках модулей ППССЗ СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

Наименование модуля	Вид практики	Продолжительность в часах	Форма проведения
ПМ. 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	УП.01 Учебная практика	72	Концентрировано
	ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)	72	Концентрировано
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	УП.02 Учебная практика	36	Концентрировано
	ПП.02 Производственная практика (по профилю специальности)	36	Концентрировано
ПМ. 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	УП.03 Учебная практика	-	-
	ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности)	36	Концентрировано
ПМ. 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	УП.04 Учебная практика	36	Концентрировано
	ПП.04 Производственная практика (по профилю специальности)	36	Концентрировано
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (агент рекламный)	УП.05 Учебная практика	-	-
	ПП.05 Производственная практика (по профилю специальности)	36	Концентрировано

Производственная практика (преддипломная) направлена на углубление студентом первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций,

проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению дипломного проекта (работы) в организациях различных организационно-правовых форм. Продолжительность производственной (преддипломной) практики составляет 4 недели.

Аттестация по итогам производственной практики (по профилю специальности, преддипломной) проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

4.5. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

Рабочая программа воспитания определяет принципы, методологические подходы, цель, задачи, направления, формы, средства и методы воспитания, планируемые результаты.

В календарном плане воспитательной работы указываются содержательные ориентиры воспитательной деятельности (конкретизирующие события и мероприятия), определяющие ее порядок, объем, временные границы.

4. Контроль и оценка результатов освоения ППССЗ

5.1. Контроль качества освоения ППССЗ

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама оценка качества освоения ППССЗ включает текущий контроль знаний, промежуточную и государственную итоговую аттестации обучающихся.

Формы и процедуры текущего контроля, промежуточной аттестации по каждой дисциплине определяются преподавателями, читающими учебные дисциплины и междисциплинарные курсы, и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

5.2. Контроль и оценка достижений обучающихся

Основными видами контроля учебных достижений студентов (знаний, умений, общих и профессиональных компетенций) в рамках дисциплины или модуля в течение семестра являются текущий и промежуточный контроль.

Текущий контроль успеваемости проводится с целью проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы студентов и совершенствования методики проведения занятий.

Промежуточная аттестация проводится с целью определения соответствия уровня и качества подготовки студентов требованиям к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена и осуществляется в двух основных направлениях:

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка уровня сформированности общих и профессиональных компетенций студентов.

Основными видами промежуточной аттестации являются:

- экзамен по учебной дисциплине;
- экзамен по профессиональному модулю;
- зачет / дифференцированный зачет по учебной дисциплине;
- дифференцированный зачет по учебной, производственной практике.

Предусматриваются также другие формы контроля, вид которых определяется преподавателями самостоятельно: устный и письменный опрос, тестирование, контрольная работа, проверка выполнения домашних самостоятельных работ (рефератов, презентаций); проверка выполнения практических работ, собеседование и т.д.

При проведении промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам и междисциплинарным курсам профессионального цикла создаются условия для максимального приближения программ к условиям их будущей профессиональной деятельности, при этом, в качестве внешних экспертов привлекаются работодатели, преподаватели, читающие смежные

дисциплины.

Промежуточная аттестация по учебной, производственной практике в рамках освоения программ профессиональных модулей осуществляется в форме дифференцированного зачета.

Аттестацию по итогам практики проводит руководитель практики на основании отзыва руководителя от организации и отчета о выполненной работе по установленной форме. Аттестация проводится по окончании практики в виде защиты отчета перед комиссией, в состав которой могут входить: заведующий кафедрой, руководители практики, представители предприятий, а также преподаватели профессиональных модулей и общепрофессиональных дисциплин.

Промежуточная аттестация по каждому профессиональному модулю осуществляется в форме экзамена по модулю. Целью проведения экзамена по модулю выступает оценка соответствия достигнутых образовательных результатов студентов по профессиональному модулю требованиям ФГОС, их подготовленности к трудовой деятельности.

5.3. Порядок выполнения и защиты дипломного проекта (работы)

Государственная итоговая аттестация выпускников, освоивших ППССЗ СПО по специальности 42.02.01 Реклама, включает подготовку и защиту дипломного проекта (работы).

Темы дипломных проектов (работ) должны носить практико-ориентированный характер и отвечать следующим требованиям:

- овладение профессиональными компетенциями;
- реальность;
- актуальность;
- уровень современности используемых средств.

Каждая тема должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Темы дипломных проектов (работ) разрабатываются преподавателями профессиональных модулей, рассматриваются на заседании кафедры «Экономика и менеджмент» ГИЭИ (филиала) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова» и утверждаются директором ГИЭИ.

По утвержденным темам руководители дипломных проектов (работ) разрабатывают индивидуальные задания для выпускников.

Дипломный проект (работа) должен иметь отзыв руководителя.

Объем времени на подготовку и защиту дипломных проектов (работ) составляет 6 недель, из них:

- подготовка дипломного проекта (работы) - 4 недели;
- защита дипломного проекта (работы) - 2 недели.

Дипломный проект (работа) представляет собой законченную работу, в которой на основе профессионально ориентированной теоретической подготовки и сформированности общих и профессиональных компетенций выпускника решаются конкретные практические задачи, предусмотренные квалификацией выпускника в соответствии с ФГОС СПО.

В дипломном проекте (работе) могут быть использованы материалы, отраженные в выполненных ранее студентом курсовых работах.

К защите дипломных проектов (работ) допускаются лица, завершившие полный курс обучения по ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама, и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

На защите дипломных проектов (работ) Государственная экзаменационная комиссия формирует матрицу оценок достижений обучающихся по результатам выполнения и защиты дипломного проекта (работы) на этапе государственной итоговой аттестации.

5.4. Организация государственной итоговой аттестации выпускников

Государственная итоговая аттестация выпускников по специальности 42.02.01 Реклама является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном

объеме.

Программа государственной итоговой аттестации является частью ППССЗ, разрабатывается профильной кафедрой «Экономика и менеджмент» ГИЭИ (филиала) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова», утверждается директором ГИЭИ и доводится до сведения студентов не менее, чем за шесть месяцев до ее начала.

Порядок и условия проведения государственной итоговой аттестации определяются:

- Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам СПО;
- Положением о государственной итоговой аттестации;
- учебным планом специальности;
- Программой государственной итоговой аттестации по специальности 42.02.01 Реклама.

Формами государственной итоговой аттестации в соответствии с ФГОС СПО являются защита дипломного проекта (работы) и демонстрационный экзамен.

Цель государственной итоговой аттестации – установить соответствие уровня и качества подготовки выпускников Федеральному государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

На демонстрационный экзамен выносятся профессиональные задачи, которые могут отражать как один основной вид деятельности в соответствии с ФГОС СПО, так и несколько основных видов деятельности. Процедура демонстрационного экзамена включает решение конкретных производственных задач, а также способствует выяснению уровня подготовки выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

При защите дипломных проектов (работ) экзаменационная комиссия:

- проводит комплексную оценку уровня подготовки выпускников в соответствии с требованиями ФГОС СПО;
- решает вопрос о выдаче выпускнику соответствующего документа о среднем профессиональном образовании;
- выносит предложения и рекомендации по совершенствованию содержания, обеспечения и технологии реализации образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама на основе анализа результатов государственной итоговой аттестации выпускников.

Защита выпускных квалификационных работ проводится на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

Решение комиссии принимается на закрытом заседании простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, с учетом результатов демонстрационного экзамена. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Для обучающихся предусмотрена единая оценка по государственной итоговой аттестации, формируемая исходя из результатов демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы). При этом оценка по дипломному проекту (работе) может изменить оценку по демонстрационному экзамену, но не более чем на 1 балл. Результаты государственной итоговой аттестации определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно" и объявляются в день защиты дипломного проекта (работы) после оформления в установленном порядке протоколов заседаний государственной экзаменационной комиссии.

Кроме членов экзаменационной комиссии, на защите могут присутствовать руководитель и рецензент дипломного проекта (работы), а также возможно присутствие студентов, преподавателей и работодателей.

5. Ресурсное обеспечение ППССЗ

6.1. Кадровое обеспечение

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к

реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 2.1 настоящей Программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет).

Квалификация педагогических работников образовательной организации отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки, в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 2.1 настоящей Программы, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 2.1 настоящей Программы, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, составляет не менее 25 процентов.

6.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса

ППССЗ обеспечена учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам, междисциплинарным курсам и профессиональным модулям.

Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Реализация ППССЗ обеспечена доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) рабочего учебного плана. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет.

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

Библиотечный фонд образовательной организации укомплектован печатными изданиями и (или) электронными изданиями по каждой дисциплине (модулю) из расчета одно печатное издание и (или) электронное издание по каждой дисциплине (модулю) на одного обучающегося.

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

В случае наличия электронной информационно-образовательной среды допускается замена печатного библиотечного фонда предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке).

Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами, адаптированными к ограничениям их здоровья.

Образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям).

При использовании электронных изданий образовательное учреждение обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

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

6.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса

В ГИЭИ (филиале) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова», согласно требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, для организации учебного процесса имеются учебные аудитории, лаборатории, мастерские, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации, помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы.

Помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Для проведения лабораторных работ и практических занятий по специальности 42.02.01 Реклама используется лицензионное программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства, и различное оборудование, которым оборудованы специализированные лаборатории.

Компьютерные аудитории подключены к сети Интернет и могут использоваться для проведения тестирования студентов в режимах on-line и off-line. При проведении занятий в аудиториях используется мультимедийное оборудование.

В целом материально-техническая база полностью соответствует требованиям ФГОС 42.02.01 Реклама.

6.4. Базы практики

Базы практик соответствуют видам профессиональной деятельности, дают возможность формирования компетенций, предусмотренных программой, имеют квалифицированный персонал, на который возлагается непосредственное руководство практикой.

Практики проводятся при изучении каждого профессионального модуля и являются его составной частью. Задания на практики, порядок ее проведения приведены в рабочих программах практик.

Закрепление баз практики осуществляется профильной кафедрой и утверждается приказом ГИЭИ (филиала) ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т.Калашникова».

Имеющиеся базы практики студентов обеспечивают возможность прохождения практики всеми студентами в соответствии с учебным планом.

6. Нормативно-методическое обеспечение и материалы, обеспечивающие качество освоения ППССЗ

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама оценка качества освоения ППССЗ включает текущий контроль знаний, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Материалы, определяющие порядок и содержание проведения промежуточных и итоговых аттестаций включают:

- контрольные вопросы по учебным дисциплинам и междисциплинарным курсам;
- фонды оценочных средств учебных дисциплин;
- комплекты оценочных средств профессиональных модулей;
- экзаменационные билеты;

–методические указания к выполнению лабораторных, практических, самостоятельных и курсовых работ;

–методические указания по учебной и производственной практикам;

–методические указания по выполнению дипломных проектов (работ).

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

–оценка уровня освоения дисциплин;

–оценка компетенций обучающихся.

В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, конкретные формы и процедуры текущего контроля знаний, промежуточной аттестации по каждой дисциплине и профессиональному модулю разрабатываются педагогическими работниками кафедр самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Организация текущего контроля осуществляется в соответствии с учебным планом. Предусмотрены следующие виды текущего контроля: выполнение контрольных работ, проведение тестирования, защита практических, лабораторных и курсовых работ, подготовка презентационного материала по заданной теме, подготовка и защита рефератов, выполнение творческого задания, подготовка исследования и др.

Оценка качества подготовки студентов и освоения ППССЗ проводится по следующей схеме:

–текущая аттестация знаний в семестре;

–промежуточная аттестация в форме зачетов и экзаменов (в соответствии с учебными планами);

–сдача экзаменов по модулям;

–государственная итоговая аттестация.

8. Характеристика среды института, обеспечивающая развитие общих компетенций выпускников

Для реализации общекультурных (социально-личностных) компетенций созданы и разработаны основные положения, регламентирующие учебно-воспитательную, научно-исследовательскую деятельность студентов.

В ГИЭИ созданы условия для формирования общих компетенций выпускников. Для организации и координации воспитательной работы в ГИЭИ создан институт кураторов академических групп, в задачи которого входит: знакомство студентов с организацией учебного процесса, создание сплоченного коллектива в группе, проведение работы по формированию актива группы, работа по адаптации студентов к новой системе обучения, создание атмосферы доброжелательных отношений между преподавателями и студентами. Важную роль в организации воспитательной работы играет студенческое самоуправление, которое осуществляется через Студенческий совет ГИЭИ.

Воспитательная работа со студентами СПО ГИЭИ осуществляется в соответствии с Рабочей программой воспитания обучающихся по направлениям подготовки среднего профессионального и высшего образования, утвержденной директором ГИЭИ, по следующим направлениям:

– гражданско-патриотическое и духовно нравственное;

– профессионально-трудовое;

– научно-образовательное;

– развитие студенческого самоуправления;

– экологическое;

– информационно-познавательное;

– межнациональное;

– спортивно-оздоровительное;

– культурно-творческое.

Студенты СПО ГИЭИ – инициаторы и активные участники мероприятий: посвящения в первокурсники, турнир по зимним видам спорта, турнир по настольному теннису, шествия ко Дню весны и труда и ко Дню Победы.

Большое значение в институте придается развитию системы студенческого самоуправления. Студенческий совет содействует администрации Института в решении образовательных и научных задач, в организации адаптации и досуга студентов, в пропаганде здорового образа жизни.

Социально-культурная среда

Материальная база:

- библиотека
- спортзал
- открытый стадион широкого профиля
- Учебно-спортивный центр студентов ИжГТУ имени М.Т. Калашникова
- Санаторий-профилакторий
- Дворец культуры «Интеграл»

**Матрица соответствия компетенций и составных частей ППСЗ
специальности 42.02.01 Реклама**

[illegible]

[illegible]

[illegible]