



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

**ПРИНЯТО**

Решением Комиссии Ученого совета РГСУ  
по учебной и учебно-методической работе  
Протокол от «16» мая 2024 г. № 15

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Я.В. Шимановская

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА  
(общая характеристика)**

**По специальности 42.02.01 Реклама**

**Направленность**

**Продвижение рекламного продукта в среде Интернет средствами цифровых  
коммуникационных технологий**

Уровень профессионального образования: среднее профессиональное образование

Образовательная база приема: среднее общее образование

Форма обучения: очная

Москва, 2024 г.

Основная образовательная программа среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552.

Основная профессиональная образовательная программа разработана рабочей группой в составе: преподаватель А.А. Вискунова, преподаватель Н.А. Шаповалова.

Основная образовательная программа обсуждена и рекомендована к утверждению на совете Колледжа РГСУ.


Протокол №11 от «26» апреля 2024 года

Директор Колледжа РГСУ

  
А.В. Косоплечев  
(подпись)

Основная образовательная программа рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Генеральный директор АНО КЦ «Грин Хилл»

  
С.А. Королёв  
(подпись)

## ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	5
1.1. Понятие основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования .....	5
1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы.....	5
РАЗДЕЛ 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	7
2.1. Цель образовательной программы среднего профессионального образования.....	7
2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы.....	7
2.3. Трудоемкость (объем) образовательной программы среднего профессионального образования.....	7
2.4. Формы обучения.....	7
2.5. Срок получения образования .....	7
2.6. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения образовательной программы среднего профессионального образования.....	8
2.7. Язык образования .....	8
РАЗДЕЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА .....	8
3.1. Область профессиональной деятельности выпускника.....	8
3.2. Соответствие профессиональных модулей присваиваемым квалификациям.....	8
РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	9
4.1. Общие компетенции.....	9
4.2. Профессиональные компетенции .....	14
4.3. Соответствие профессиональных компетенций трудовым функциям отнесенным к профессиональной деятельности выпускника.....	27
РАЗДЕЛ 4. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	30
5.1. Структура и объем образовательной программы.....	30
5.2. Учебный план .....	30
5.3. Календарный учебный график .....	30
5.4. Рабочие программы дисциплин и профессиональных модулей.....	30
5.5. Программы практик .....	31
5.6. Оценочные материалы и формы аттестации .....	31
5.7. Методические материалы .....	31
5.8. Программа воспитания и календарный план воспитательной работы .....	31
5.9. Программа государственной итоговой аттестации .....	32
5.10. Образовательные технологии.....	32
РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	33
6.1. Материально-техническое оснащение образовательной программы .....	33
6.1.1. Специальные помещения .....	33
6.1.2. Оснащение кабинетов.....	34
<b>6.1.3. Материально-техническое оснащение лабораторий, мастерских, студий .....</b>	<b>35</b>
6.1.4. Материально-техническое оснащение баз практики .....	36

6.1.5. Учебно-методическое обеспечение образовательной программы .....	36
6.2. Организация практической подготовки обучающихся.....	36
6.3. Организация воспитания обучающихся .....	37
6.4. Кадровые условия реализации образовательной программы .....	38
6.5. Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе .....	39
6.6. Условия освоения образовательной программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами .....	40
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	42

## **РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Понятие основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования**

Программа подготовки специалистов среднего звена (далее – «ОПОП»), реализуемая в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский государственный социальный университет» по специальности 42.02.01 Реклама представляет собой систему документов, разработанную с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующей специальности среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552 (далее - «ФГОС СПО»), а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- **06 Связь, информационные и коммуникационные технологии,**
- **11 Средства массовой информации издательство и полиграфия**
  - 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»
  - 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»
  - 11.010 «Фотограф»,
  - 11.013 «Графический дизайнер»

ОПОП представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), иных компонентов, оценочных и методических материалов, а также в виде рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации, а также иные компоненты, обеспечивающие образовательный процесс.

### **1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы**

Нормативно-правовую базу разработки ОПОП составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 года № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама;
- Профессиональный стандарт «СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 года № 535н.
- Профессиональный стандарт «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 года № 95н.

- Профессиональный стандарт «ФОТОГРАФ», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.12.2014 года № 1077н.
- Профессиональный стандарт «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙНЕР», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17.01.2017 года № 40н.
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования" утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 N 762;
- Правила применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 11 октября 2023 г. N 1678;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 882 и Министерства просвещения Российской Федерации № 391 от 5 августа 2020 г.;
- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 885 и приказом Министерства просвещения Российской Федерации № 390 от 5 августа 2020 года;
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 08.11.2021 N 800 (ред. от 19.01.2023);
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.11.2015г. № 1309 (ред. от 18.08.2016) «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.10.2013 N 1199 (ред. от 20.01.2021) "Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования";
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 17.05.2022 N 336 (ред. от 25.09.2023) "Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования и установлении соответствия отдельных профессий и специальностей среднего профессионального образования, указанных в этих перечнях, профессиям и специальностям среднего профессионального образования, перечни которых утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 октября 2013 г. N 1199 "Об утверждении перечней профессий и специальностей среднего профессионального образования";
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 14 июля 2023 г. № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение»;

- Иные нормативные акты, регламентирующие образовательную деятельность.

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

### **2.1. Цель образовательной программы среднего профессионального образования**

ОПОП имеет своей целью развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

В области обучения целью ОПОП является обеспечение качественной подготовки конкурентоспособных специалистов современного рынка труда в области, **Об. Связь, информационные и коммуникационные технологии, 11. Средства массовой информации издательство и полиграфия** обладающих достаточным объемом знаний и уровнем компетенций для решения профессиональных задач.

В области воспитания целью ОПОП является формирование у обучающихся компетенций, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, организованности, трудолюбию, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности.

### **2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы**

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

### **2.3. Трудоемкость (объем) образовательной программы среднего профессионального образования**

Объем образовательной программы, реализуемой на базе основного общего образования с одновременным получением среднего общего образования: 2952 академических часов.

Трудоемкость ОПОП по очной форме получения образования на базе основного общего образования составляет 95 2/6 недель, в том числе:

### **2.4. Формы обучения**

Форма обучения: очная

### **2.5. Срок получения образования**

Нормативный срок освоения по специальности 42.02.01 Реклама в соответствии с ФГОС СПО составляет:

по очной форме обучения – 1 года 10 месяцев

- При обучении по индивидуальному учебному плану срок получения образования по образовательной программе, вне зависимости от формы обучения, составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения.

- При обучении по индивидуальному учебному плану обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья срок получения образования может быть увеличен не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения

## **2.6. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения образовательной программы среднего профессионального образования**

К освоению образовательных программ среднего профессионального образования допускаются лица, имеющие образование не ниже основного общего образования.

## **2.7. Язык образования**

Программа реализуется на русском языке.

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

## **3.1. Область профессиональной деятельности выпускника**

В соответствии с ФГОС СПО областью профессиональной деятельности выпускника по специальности 42.02.01 Реклама является:

**06. Связь, информационные и коммуникационные технологии,**

**11. Средства массовой информации издательство и полиграфия**

## **3.2. Соответствие профессиональных модулей присваиваемым квалификациям**

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



## РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 4.1. Общие компетенции

Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
<b>ОК-1</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p><b>Знания:</b>  актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить  основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте  алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях  методы работы в профессиональной и смежных сферах  структуру плана для решения задач  порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p> <p><b>Умения:</b>  распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте  анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части  определять этапы решения задачи  выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы  составлять план действия  определять необходимые ресурсы  владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах  реализовывать составленный план  оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>
<b>ОК-2</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации	<b>Знания:</b> номенклатура информационных

<b>Код компетенции</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Результат обучения</b>
	информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	<p>источников, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>приемы структурирования информации</p> <p>формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>определять задачи для поиска информации</p> <p>определять необходимые источники информации</p> <p>планировать процесс поиска</p> <p>структурировать получаемую информацию</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>
<b>ОК-3</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	<p><b>Знания:</b></p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации</p> <p>современная научная и профессиональная терминология</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>основы предпринимательской</p>

<b>Код компетенции</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Результат обучения</b>
		<p>деятельности; основы финансовой грамотности  правила разработки бизнес-планов  порядок выстраивания презентации</p> <p><b>Умения:</b>  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</p>
<b>ОК-4</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p><b>Знания:</b> психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности  основы проектной деятельности</p> <p><b>Умения:</b>  организовывать работу коллектива и команды  взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>
<b>ОК-5</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом	<p><b>Знания:</b>  особенности социального и культурного контекста;</p>

<b>Код компетенции</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Результат обучения</b>
	особенностей социального и культурного контекста;	<p>правила оформления документов и построения устных сообщений</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>
<b>ОК-6</b>	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;	<p><b>Знания:</b></p> <p>сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей</p> <p>значимость профессиональной деятельности по специальности</p> <p>стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>описывать значимость своей специальности</p> <p>применять стандарты антикоррупционного поведения</p>
<b>ОК-7</b>	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	<p><b>Знания:</b></p> <p>правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности</p> <p>основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности</p> <p>пути обеспечения ресурсосбережения</p> <p>принципы бережливого производства</p> <p>основные направления изменения климатических условий региона</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>соблюдать нормы экологической безопасности;</p> <p>определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности</p> <p>по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства</p> <p>организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об</p>

Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		изменении климатических условий региона
<b>ОК-8</b>	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	<p><b>Знания:</b> 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</p> <p><b>Умения:</b> 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</p>
<b>ОК-9</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	<p><b>Знания:</b> 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</p> <p><b>Умения:</b> понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на</p>

Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
		<p>известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия</p>

#### 4.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
<p><b>ВД 1.</b>  <b>Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b></p>	<p><b>ПК-1.1</b></p>	<p>Определять целевую аудиторию и целевые группы.</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;</li> <li>- аудиторию различных средств рекламы;</li> <li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</li> <li>- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;</li> <li>- доводить информацию заказчика до целевой аудитории;</li> <li>- использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;</li> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при</li> </ul>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<p>проведении исследований;  - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.  <b>Практический опыт</b></p> <p>- выявления основных и второстепенных конкурентов;  - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</p>
	ПК-1.2	Проводить анализ объема рынка.	<p><b>Знания:</b>  - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.  <b>Умения:</b>  - производить качественные аналитические исследования рынка.  <b>Практический опыт</b></p> <p>- проведения анализа рынка;  - проведения качественных аналитических исследований рынка;  - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.</p>
	ПК-1.3	Проводить анализ конкурентов.	<p><b>Знания:</b>  - отраслевую терминологию;  - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;  - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;  - основ маркетинга.  <b>Умения:</b></p> <p>- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды;  - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.  <b>Практический опыт</b></p> <p>- выявления основных и</p>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<p>второстепенных конкурентов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.</li> </ul>
	ПК-1.4	<p>Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Принципов выбора каналов коммуникации</li> </ul> <p>Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий</li> <li>- Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <p>Преобразовывать требования заказчика в бриф</p> <p><b>Практический опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</li> <li>- Планирования системы маркетинговых коммуникаций</li> <li>- Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций</li> </ul>
<p><b>ВД 2.</b>  <b>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b></p>	ПК-2.1	<p>Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методики рекламного планирования;</li> <li>- инструментов рекламного планирования;</li> <li>- систему маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций</li> <li>- принципы выбора каналов коммуникации;</li> <li>- аудиторию различных средств рекламы;</li> </ul>



Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- принципы стратегического и оперативного планирования РК;</li> <li>- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета</li> <li>- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;</li> <li>- принципы функционирования современных социальных медиа;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определять ключевые цели рекламной кампании</li> <li>- Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК</li> <li>- Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения</li> <li>- Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание</li> <li>- Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки</li> <li>- Определять бюджет РК исходя из</li> </ul>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<p>поставленных целей и задач</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)</li> <li>- Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;</li> <li>- учитывать мнение заказчика при планировании РК;</li> <li>- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.</li> </ul> <p><b>Практический опыт</b> Планирования системы маркетинговых коммуникаций</p>
	ПК-2.2	<p>Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li> <li>- логику и структуру плана рекламной кампании;</li> <li>- логику и структуру медиаплана;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;</li> <li>- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</li> <li>- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;</li> </ul>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять медиапланирование;</li> <li>- определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета;</li> <li>- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;</li> <li>- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;</li> <li>- использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;</li> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий</li> </ul> <p><b>Практический опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.</li> </ul>
<p><b>ВД 3. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникации</b></p>	<p><b>ПК-3.1</b></p>	<p>Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;</li> <li>- способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет;</li> <li>- разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Практический опыт</b></p>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
<b>онных технологий</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>- аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;</li> <li>- постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.</li> </ul>
	<b>ПК-3.2</b>	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>- требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения;</li> <li>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li> <li>- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;</li> <li>- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</li> <li>- обеспечивать качественное функционирование сайта;</li> <li>- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;</li> </ul>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- учитывать мнение заказчика при планировании РК.</li> </ul> <p><b>Практический опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора и использования оффера;</li> <li>- разработки рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul>
	ПК-3.3	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета;</li> <li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;</li> <li>- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;</li> <li>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных</li> </ul>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<p>средств, облачных и сетевых технологий;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>- размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> <li>- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;</li> <li>- определять эффективные офферы;</li> <li>- создавать оригинальные и стильные логотипы;</li> <li>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>- повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;</li> <li>- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;</li> <li>- использовать современные приемы и</li> </ul>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<p>технологии проведения и управления презентациями;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Практический опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;</li> <li>- реализации рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul>
<p><b>ВД 4.</b> Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>	<p><b>ПК-4.1</b></p>	<p>Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета</li> <li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;</li> <li>- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.</li> </ul> <p><b>Практический опыт</b></p>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);</li> <li>- поиска и подбора оригинального нейма и слогана.</li> </ul>
	ПК-4.2	<p>Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li> <li>- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.</li> </ul> <p><b>Практический опыт</b></p> <p>определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.</li> </ul>
	ПК-4.3	<p>Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>- требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>- программное обеспечение, необходимое для макетирования</li> </ul>



Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<p>рекламных носителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технические средства создания визуального контента;</li> <li>- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>- размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> <li>- подбирать визуальные и текстовые</li> </ul>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			<p>материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</li> <li>- обеспечивать качественное функционирование сайта;</li> <li>- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;</li> <li>- создавать графические материалы рекламного характера;</li> <li>- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;</li> <li>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>- Создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;</li> <li>- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>- повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</li> </ul> <p><b>Практический опыт</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформления текстовых и графических документов;</li> <li>- оформление рекламных носителей, в</li> </ul>

Виды деятельности	Код компетенции	Компетенции	Результат обучения
			том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

#### 4.3. Соответствие профессиональных компетенций трудовым функциям отнесенным к профессиональной деятельности выпускника

Индекс	Содержание
Вид деятельности:	проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/01.5	Реализация продукции СМИ
A/02.5	Организация поставки продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
D/02.5	Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/01.5	Реализация продукции СМИ
A/02.5	Организация поставки продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
D/02.5	Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов.
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
A	Организация распространения продукции СМИ
A/01.5	Реализация продукции СМИ
A/02.5	Организация поставки продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
E	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
E/01.5	Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов

	конкурентов
G	Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
G/01.5	Проведение аналитических работ по изучению конкурентов
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
06.009	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
A	Организация распространения продукции СМИ
A/01.5	Реализация продукции СМИ
A/02.5	Организация поставки продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
Вид деятельности:	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.
06.009	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
A	Организация распространения продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
06.009	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</b>
A	Организация распространения продукции СМИ
A/03.5	Организация и проведение подписной кампании
Вид деятельности:	продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
06.043	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ</b>
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
D/03.5	Разработка стратегии поискового продвижения
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
06.043	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ</b>
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
D/03.5	Разработка стратегии поискового продвижения
E	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
E/02.5	Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании
F	Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
F/02.5	Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
06.043	<b>СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ</b>
E	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
E/02.5	Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании
F	Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
F/02.5	Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация

G	Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
G/02.5	Разработка стратегии продвижения в социальных медиа
Вид деятельности:	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.
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
D/03.5	Разработка стратегии поискового продвижения
E	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
E/03.5	Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
F	Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
F/03.5	Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
G	Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
G/03.5	Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
D/03.5	Разработка стратегии поискового продвижения
E	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
E/03.5	Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
F	Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
F/03.5	Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
G	Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
G/03.5	Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
D	Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
D/03.5	Разработка стратегии поискового продвижения
E	Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
E/01.5	Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов

## РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 5.1. Структура и объем образовательной программы

Структура образовательной программы	Объем образовательной программы в академических часах
Дисциплины (модули)	2304
Практика	432
Государственная итоговая аттестация	216
Общий объем образовательной программы:	
на базе среднего общего образования	2952

### 5.2. Учебный план

Учебный план определяет качественные и количественные характеристики образовательной программы: объемные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и семестрам; перечень дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (междисциплинарных курсов, учебной и производственной практики); последовательность изучения дисциплин и профессиональных модулей; виды учебных занятий; распределение форм промежуточной аттестации по годам обучения и семестрам; объёмные показатели подготовки и проведения государственной (итоговой) аттестации, условия проведения демонстрационного экзамена в структуре процедур государственной итоговой аттестации.

### 5.3. Календарный учебный график

Календарный учебный график определяет последовательность реализации ОПОП (включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы).

### 5.4. Рабочие программы дисциплин и профессиональных модулей

Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей определяют цели освоения дисциплины/модуля, результаты обучения по дисциплине/модулю, содержание дисциплины/модуля, образовательные технологии, используемые при проведении контактной работы с обучающимися и организации самостоятельной работы обучающихся, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, материально-техническое обеспечение дисциплины.

## **5.5. Программы практик**

Практика представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

## **5.6. Оценочные материалы и формы аттестации**

В соответствии с требованиями ФГОС СПО разработаны фонды оценочных средств по основной профессиональной образовательной программе.

Оценочные материалы включают в себя:

- Фонды оценочных средств и формы аттестации текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям);
- Фонды оценочных средств и формы аттестации практики;
- Фонды оценочных средств для государственной итоговой аттестации, включенные в программу государственной итоговой аттестации.

Оценочные материалы включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; банки тестовых заданий и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

## **5.7. Методические материалы**

Образовательная программа включает в себя методические материалы по дисциплинам (модулям), практикам. Методические материалы представляют собой совокупность материалов к проведению лекционных и практических занятий, самостоятельной работы, методических рекомендаций для обучающихся по освоению дисциплины. Иные материалы, необходимые для методического обеспечения образовательной программы. Методические материалы разрабатываются как отдельным документом, так и могут быть включены в рабочие программы дисциплин (модулей), программы практик.

## **5.8. Программа воспитания и календарный план воспитательной работы**

Программа воспитания ориентирована на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде деловых качеств квалифицированных рабочих, служащих, специалистов среднего звена, определенных отраслевыми требованиями (корпоративной культурой).

Программа воспитания реализуется в соответствии с ежегодно утверждаемым планом воспитательной работы.

### **5.9. Программа государственной итоговой аттестации**

ГИА проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы, которая выполняется в виде дипломной работы (дипломного проекта) и демонстрационного экзамена

Программа государственной итоговой аттестации представляет собой документ учебно-методического характера, определяющий процедуры установления степени готовности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности, сформированности требуемых компетенций в соответствии с ФГОС. В программу ГИА ОПОП СПО включены требования к дипломным проектам (работам), методика их оценивания, комплекты оценочной документации демонстрационного экзамена.

### **5.10. Образовательные технологии**

Реализация ОПОП предусматривает использование в учебном процессе помимо традиционных форм проведения занятий также активные и интерактивные формы.

При разработке ОПОП для дисциплины (модуля) предусмотрены различные технологии обучения, которые позволят обеспечить достижение планируемых результатов обучения в том числе:

Используемые методы активизации образовательной деятельности:

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

ОПОП реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

## **РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **6.1. Материально-техническое оснащение образовательной программы**

Материально-техническая база РГСУ соответствуют действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

#### **6.1.1. Специальные помещения**

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, лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов.

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

#### **Перечень специальных помещений**

##### **Кабинеты:**

- Социально-экономических дисциплин
- Иностранного языка
- Безопасности жизнедеятельности
- Основ композиции в рекламе
- Рисунка и живописи в рекламе
- Основы финансовой грамотности
- Основ бережливого производства
- Психологии в рекламе
- Истории экранных искусств
- Маркетинговых исследований
- Дизайна и макетирования рекламной продукции
- Брендинга и бренд менеджмента
- Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

##### **Лаборатории:**

- Информационных технологий
- Цифровых коммуникационных технологий

Компьютерной графики  
Видеостудия  
Фотостудия

## **Спортивный зал**

### **Залы:**

библиотека, читальный зал с выходом в интернет  
актовый зал

### **6.1.2. Оснащение кабинетов**

*Кабинет социально-экономических дисциплин*, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

*Кабинет иностранного языка*, оснащенный оборудованием: рабочее место преподавателя, рабочее место обучающегося, мебель для размещения и хранения учебной литературы и наглядного материала; техническими средствами обучения: интерактивная доска, компьютер, телевизор.

*Кабинет безопасности жизнедеятельности*, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал.

*Кабинет основ композиции в рекламе*: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

*Кабинет рисунка и живописи в рекламе*, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

*Кабинет основ финансовой грамотности*, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

*Кабинет основ бережливого производства*, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

*Кабинет психологии в рекламе основ бережливого производства*, оснащенный оборудованием: учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

*Кабинет истории изобразительных искусств, оснащенный оборудованием:* посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

*Кабинет маркетинговых исследований, оснащенный оборудованием:* учебной доской, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами (компьютером, средствами аудиовизуализации, наглядными пособиями).

*Дизайна и макетирования рекламной продукции, оснащенный оборудованием:* посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал, мольберты.

*Кабинет брендинга и бренд менеджмента, оснащенный оборудованием:* посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; цветной принтер; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал.

*Кабинет стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, оснащенный оборудованием:* посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска; техническими средствами обучения: интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; цветной принтер; доски для рекламных макетов.

### **6.1.3. Материально-техническое оснащение лабораторий, мастерских, студий**

*Лаборатория «Информационных и коммуникационных технологий».*

Основное оборудование: посадочные места по количеству обучающихся; стационарные технические средства обучения; рабочее место преподавателя; доска; интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; лицензионные базовые и профессиональные компьютерные программы, необходимыми для ведения учебно-практической деятельности; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал; средства множительной техники (принтеры, сканеры, многофункциональные устройства, копировальные аппараты).

*Лаборатория «Цифровых коммуникационных технологий»,* посадочные места по количеству обучающихся; стационарные технические средства обучения; рабочее место преподавателя; доска; интерактивная доска/экран, проектор, компьютер с выходом в сеть Интернет; лицензионные базовые и профессиональные компьютерные программы, необходимыми для ведения учебно-практической деятельности; наглядно-раздаточный и учебно-практический материал; средства множительной техники (принтеры, сканеры, многофункциональные устройства, копировальные аппараты, установленное лицензионное ПО: графические редакторы).

*Лаборатория «Компьютерной графики и видеомонтажа»:* хромакей зеленый, хромакей синий, стойки для световых источников, штативы, софтбоксы, рефлекторы, фотокамера, цветной принтер.

*Видеостудия,* оснащенная оборудованием: фон зеленый, фон синий, стойки для световых источников, штативы, софтбоксы, рефлекторы, стул, шторы-блэкауты (черные), флаг, отражатель, фотокамера.

*Фотостудия*, оснащенная оборудованием: хромакей зеленый, хромакей синий, стойки для световых источников, штативы, софтбоксы, рефлекторы, стул, шторы-блэкауты (черные), флаг, отражатель, фотокамера.

#### **6.1.4. Материально-техническое оснащение баз практики**

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских РГСУ.

Мастерские оснащены оборудованием и комплектом оценочной документации для проведения демонстрационного экзамена на территории образовательной организации или иной организации.

Производственная практика реализуется в организациях по профилю специальности, 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.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

#### **6.1.5. Учебно-методическое обеспечение образовательной программы**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде РГСУ. Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» как на территории РГСУ, так и вне ее.

РГСУ обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

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

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

### **6.2. Организация практической подготовки обучающихся**

6.2.1. Практическая подготовка при реализации образовательных программ среднего профессионального образования направлена на совершенствование модели практико-ориентированного обучения, усиление роли работодателей при подготовке квалифицированных рабочих, 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.

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

6.2.3. 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;

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

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

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

### **6.3. Организация воспитания обучающихся**

Воспитательная работа при реализации ОПОП СПО основана на реализации рабочей программы воспитания и включенного в нее календарного плана воспитательной работы.

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

В РГСУ создана социокультурная среда вуза и благоприятные условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств, обучающихся.

Воспитательный процесс в РГСУ реализуется с учётом традиций воспитания:

- гуманистический характер воспитания и обучения;
- приоритет общечеловеческих ценностей, жизни и здоровья человека, свободного развития личности;

- воспитание гражданственности, патриотизма, взаимоуважения, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека, бережного отношения к природе и окружающей среде, любви к Родине и семье;

- развитие национальных и региональных культурных традиций в условиях многонационального государства;

- демократический государственно-общественный характер управления образованием.

Основной целью воспитания в РГСУ является личностное и профессиональное развитие обучающихся, которое предполагает:

1) усвоение социально-значимых знаний, норм поведения, выработанных обществом на основе общечеловеческих и национальных ценностей (семья, отечество, жизнь, человек, труд, мир, природа, знания, культура, здоровье и др.);

2) развитие у обучающихся социально-значимых отношений (позитивное отношение к общественным ценностям);

3) приобретение общечеловеческих и национальных ценностей опыта осуществления социально-значимой деятельности, в том числе профессионально ориентированной.

Цель воспитания в РГСУ ориентирует педагогических работников и руководителей воспитательных структур РГСУ на обеспечение позитивной динамики личностного и профессионального развития обучающегося, на сотрудничество, партнерские отношения с обучающимся, в ходе которых обучающийся прилагает усилия по своему саморазвитию.

Достижение цели воспитания обуславливает решение следующих основных задач:

1) освоение обучающимися ценностно-нормативного и деятельностно-практического аспекта отношений человека с человеком, патриота с Родиной, гражданина с правовым государством и гражданским обществом, человека с природой, с искусством и т.д.;

2) вовлечение обучающегося в процессы самопознания, содействие обучающемуся в соотнесении представлений о собственных возможностях, интересах, ограничениях с запросами и требованиями окружающих людей, общества, государства;

3) помощь в личностном самоопределении, проектировании индивидуальных образовательных траекторий и образа будущей профессиональной деятельности, поддержка деятельности обучающегося по саморазвитию;

4) формирование единого воспитательного пространства, создающего равные условия для развития обучающихся профессиональной образовательной организации;

5) организация всех видов деятельности, вовлекающей обучающихся в общественно-ценностные социализирующие отношения;

6) формирование у обучающиеся профессиональной образовательной организации общих ценностей, моральных и нравственных ориентиров, необходимых для устойчивого развития государства;

7) усиление воспитательного воздействия благодаря непрерывности процесса воспитания.

#### **6.4. Кадровые условия реализации образовательной программы**

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, 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

- **06 Связь, информационные и коммуникационные технологии,**
- **11 Средства массовой информации издательство и полиграфия,** и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Квалификация педагогических работников образовательной организации соответствует квалификационным требованиям, указанным в профессиональном стандарте:

- Профессиональный стандарт «СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 года № 535н.
- Профессиональный стандарт «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 года № 95н.
- Профессиональный стандарт «ФОТОГРАФ», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.12.2014 года № 1077н.
- Профессиональный стандарт «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙНЕР», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17.01.2017 года № 40н.

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 **06 Связь, информационные и коммуникационные технологии, 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия,** не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности:

- **06 Связь, информационные и коммуникационные технологии, - 11 Средства массовой информации издательство и полиграфия,** в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, составляет не менее 25 процентов.

### **6.5. Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе**

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки.

В целях совершенствования образовательной программы при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников РГСУ.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по образовательной программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по образовательной программе требованиям ФГОС.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников отвечающими требованиям профессиональных стандартов и (или) требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

#### **6.6. Условия освоения образовательной программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами**

При адаптации ОПОП для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – «обучающиеся с ОВЗ») организация образовательного процесса осуществляется в соответствии с учебными планами, календарными учебными графиками, расписанием занятий с учетом психофизического развития, индивидуальных возможностей, состояния здоровья обучающихся с ОВЗ и Индивидуальным планом реабилитации инвалидов.

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

Образовательный процесс по образовательной программе для обучающихся с ОВЗ в РГСУ может быть реализован в следующих формах:

- в общих учебных группах (совместно с другими обучающимися) без или с применением специализированных методов обучения;
- в специализированных учебных группах (совместно с другими обучающимися с данной нозологией) с применением специализированных методов и технических средств обучения;
- по индивидуальному плану;
- с применением дистанционных образовательных технологий.

При обучении по индивидуальному плану в отдельных учебных группах численность обучающихся с ОВЗ устанавливается от 8 до 12 человек. В случае обучения обучающихся с ОВЗ в общих учебных группах с применением специализированных методов обучения, выбор конкретной методики обучения определяется исходя из рационально-необходимых процедур обеспечения доступности образовательной услуги обучающимся с ОВЗ с учетом содержания обучения, уровня профессиональной подготовки педагогических работников, методического и материально-технического обеспечения, особенностей восприятия учебной информации обучающимися с ОВЗ и т.д., по согласованию с Ресурсным учебно-методическим центром РГСУ. Особенности применения специализированных методов обучения обучающихся с ОВЗ при освоении образовательной программы содержатся в методических рекомендациях по применению социально-активных и рефлексивных методов обучения обучающихся с ОВЗ.

В случае обучения по индивидуальному плану обучающихся с ОВЗ начальный этап обучения по образовательной программе подразумевает включение факультативного



специализированного адаптационного модуля, предназначенного для социальной адаптации обучающихся к образовательному учреждению и конкретной образовательной программе; направленного на организацию умственного труда обучающихся с ОВЗ, выработку необходимых социальных, коммуникативных и когнитивных компетенций, овладение техническими средствами (в зависимости от нозологии), дистанционными формами и информационными технологиями обучения.

Порядок организации образовательного процесса для обучающихся с ОВЗ, в том числе, требования, установленные к оснащенности образовательного процесса по образовательной программе, определены Положением об организации образовательного процесса для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Российском государственном социальном университете в действующей редакции.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Основная профессиональная образовательная программа актуализирована	Протокол заседания Ученого совета № __ от «__» _____ 2024 года	__ . __ . ____
2.		Протокол заседания Ученого совета № __ от «__» _____ 2024 года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания Ученого совета № __ от «__» _____ 2024 года	__ . __ . ____
4		Протокол заседания Ученого совета № __ от «__» _____ 2024 года	__ . __ . ____