

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

Согласовано
Проректором по учебной работе
Шкаренковым П.П.

Утверждено
Ученым советом РГГУ
Протокол № 08 от 28 мая 2024 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Уровень профессионального образования
среднее профессиональное образование

Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена

Специальность
42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация выпускника
специалист по рекламе

Очная форма обучения

Содержание

Характеристика образовательной программы

Приложение 1. Учебный план

Приложение 2. Календарный учебный график

Приложение 3. Рабочие программы учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, практик

Приложение 4. Программа государственной итоговой аттестации

Приложение 5. Рабочая программа воспитания

Приложение 6. Календарный план воспитательной работы

Характеристика образовательной программы

1. Образовательная программа по специальности 42.02.01 Реклама (далее – ОП СПО) разработана на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (утвержден Приказом Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413) с последующими изменениями и дополнениями (далее – ФГОС СОО);
- Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 (далее – ФГОС СПО).

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

2. Нормативные основания для разработки ОП:

- Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минобрнауки России от 17.05.2012 № 413 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования» с последующими изменениями и дополнениями;
- Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама»;
- Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минпросвещения России от 22.03.2021 № 115 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным общеобразовательным программам - образовательным программам начального общего, основного общего и среднего общего образования»;
- Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);
- Приказ Минпросвещения России от 18.05.2023 №371 «Об утверждении федеральной образовательной программы среднего общего образования»;
- Примерная основная образовательная программа среднего общего образования (одобрена решением ФУМО по среднему общему образованию от 28.06.2016 г. № 2/16-з);
- Приказ Минпросвещения России от 17.04.2023 № 285 «Об операторе демонстрационного экзамена базового и профильного уровней по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Письмо Минпросвещения РФ от 14.06.2024 № 05-1971 «О направлении рекомендаций» (вместе с «Рекомендациями по реализации среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования»).

3. Перечень сокращений, используемых в тексте ОП:

ФГОС СОО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования;

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;

ОП – образовательная программа;
 ОК – общие компетенции;
 ПК – профессиональные компетенции;
 УП – учебные предметы;
 СГ – социально-гуманитарный цикл;
 ОП – общепрофессиональный цикл;
 МДК – междисциплинарный курс;
 ПМ – профессиональный модуль;
 ДЭ – демонстрационный экзамен;
 ГИА – государственная итоговая аттестация.

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

Направленность ОП: -.

Форма обучения: очная.

Объем образовательной программы: 4428 часов.

Срок получения образования по образовательной программе, реализуемой на базе основного общего образования – 2 года 10 месяцев.

5. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

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

5.2. Соответствие видов деятельности профессиональным модулям:

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

6. Планируемые результаты освоения образовательной программы

6.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач	Умения:

	<p>профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>ОК 02</p>	<p>Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение; - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;

		<ul style="list-style-type: none"> - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств.
ОК 03	<p>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>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - основы предпринимательской деятельности; - основы финансовой грамотности; - правила разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации; - кредитные банковские продукты.
ОК 04	<p>Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - основы проектной деятельности.
ОК 05	<p>Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений.

ОК 06	<p>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>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описывать значимость своей специальности; - применять стандарты антикоррупционного поведения. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; - значимость профессиональной деятельности по специальности; - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.
ОК 07	<p>Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдать нормы экологической безопасности; - определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; - организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; - пути обеспечения ресурсосбережения; - принципы бережливого производства; <p>основные направления изменения климатических условий региона.</p>
ОК 08	<p>Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности</p>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; - основы здорового образа жизни; - условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности;

		– средства профилактики перенапряжения.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; – участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); – писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p>правила чтения текстов профессиональной направленности.</p>

6.2. Профессиональные компетенции

Основные виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1 Определять целевую аудиторию и целевые группы	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявления основных и второстепенных конкурентов; – проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; – анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; – доводить информацию заказчика до целевой аудитории; – использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; – использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; – уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании. <p>Знания:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.
	ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования рынка. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК. 1.3 Проводить анализ конкурентов	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	ПК 1.4 Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - преобразовывать требования заказчика в бриф. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципов выбора каналов коммуникации; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;

		<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.
<p>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования системы маркетинговых коммуникаций. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из ее целей; - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; - определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание; - определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки; - определять бюджет рекламной кампании исходя из поставленных целей и задач; - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования целевой аудитории; - определять эффективность хода рекламной кампании и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании рекламной кампании; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - системы маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования рекламной компании; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;

		<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	<p>ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять полнофункциональные брифы на рекламную кампанию с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план рекламной кампании с учетом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных КРІ; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей; - логику и структуру плана рекламной кампании; - логику и структуру медиаплана; - структуру брифа и требования к нему; - важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании.
<p>Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет</p>	<p>ПК 3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет;

<p>средствами цифровых коммуникационных технологий</p>		<ul style="list-style-type: none"> - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	<p>ПК 3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с целевой аудиторией; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на целевую аудиторию; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - учитывать мнение заказчика при планировании РК. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию;

		<ul style="list-style-type: none"> - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
	<p>ПК 3.3 Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; - определять эффективные офферы; - создавать оригинальные и стильные логотипы; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и рекламной компании с учетом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;

		<ul style="list-style-type: none"> - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
<p>Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</p>	<p>ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом уникального торгового предложения; - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные уникальные торговые предложения и офферы; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	<p>ПК 4.2 Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для рекламной компании. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с целевой аудиторией; - проверять рекламные материалы на - уникальность/оригинальность.

		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.
	<p>ПК 4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет</p>	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформления текстовых и графических документов; - оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; - создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото и видеопроектов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - конвертировать файлы в нужные форматы; - использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; - размещать рекламные материалы в социальных медиа; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на целевую аудиторию; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - создавать оригинальные, современные по стилю сайты;

		<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; – использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; – повышать информационную наглядность сайтов; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; – возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; – виды сайтов, их возможности и варианты применения; – требования к качественному функционированию сайтов; – программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; – технические средства создания визуального контента; – возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; – виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; – структуру брифа и требования к нему; – важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	--	---

7. Материально-техническое обеспечение образовательной программы

7.1. Перечень специальных помещений

Кабинеты:

- общественно-научных и гуманитарных учебных предметов, и дисциплин;
- естественно-научных и математических учебных предметов, и дисциплин;
- основ безопасности и защиты Родины, безопасности жизнедеятельности и охраны труда;
- информатики и индивидуального проектирования;
- правового и документационного обеспечения в профессиональной деятельности;
- иностранных языков в профессиональной деятельности;
- экономических дисциплин в профессиональной деятельности;
- профессиональных дисциплин специальности 42.02.01 Реклама.

Лаборатории:

- фотокомпозиции и рекламной фотографии;
- мультимедийная лаборатория иностранных языков;
- художественной и рекламной фотографии, техники и технологии фотосъемки;
- компьютерных технологий в фотографии, технологии обработки фотоматериалов и фоторетуши;
- информационных технологий и коммуникативных тренингов;
- техники и технологии живописи.

Мастерские:

- видеомонтажа, графических работ и макетирования, мини-типография;
- фотопавильон с фотолабораторией (мастерская), фотостудия;
- творческой фотографии;
- видеостудия, багетная мастерская.

Спортивный комплекс:

- спортивная площадка;
- спортивный зал.

Залы:

- библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет;
- актовый зал.

7.2. Материально-техническое оснащение лабораторий и мастерских

Кабинеты оснащены оборудованием (рабочие места обучающихся, рабочее место преподавателя, маркерная доска), комплектами учебно-методических материалов и методических пособий (стенды, плакаты), техническими средствами обучения (ноутбуки/ПК с выходом в сеть Интернет, проектор, магнитофон, аудиоколонки, экран) 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.

7.3. Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда. Печатные издания не используются. ОП полностью обеспечена электронными изданиями. Обучающимся обеспечен удаленный доступ, к информационным библиотечным системам:

- Электронная библиотека РГГУ <https://liber.rsuh.ru/ru>;
- Электронный ресурс: ЭБС «Знаниум» <http://znanium.com>;
- Электронный ресурс: ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru>;
- современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, указанным в рабочих программах дисциплин, предметов, профессиональных модулей.

7.4. Кадровые условия реализации образовательной программы реализация

- ОП 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 (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет);
 - квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать 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 не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых

соответствует области профессиональной деятельности, а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника;

– доля педагогических работников, имеющих опыт деятельности не менее трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, не менее 25 процентов.

7.5. Финансовые условия реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже определенного в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».