

ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«БАШКИРСКИЙ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (БЭК)

**ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ**  
**ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА ПО**  
**СПЕЦИАЛЬНОСТИ**  
**42.02.01 РЕКЛАМА**  
**(базовой подготовки)**

2024

**ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ  
СРЕДНЕГО ЗВЕНА (СПО)  
СПЕЦИАЛЬНОСТЬ: 42.02.01 РЕКЛАМА  
(базовой подготовки)**

Федеральный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама предполагает освоение обучающимися программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) с присвоением квалификации специалист по рекламе.

Нормативный срок освоения программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования базовой подготовки при очной форме обучения.

| Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ | Наименование квалификации базовой подготовки | Срок получения среднего профессионального обучения по ППССЗ базовой подготовки при очной форме обучения |
|--|--|---|
| Основное общее образование                                       | Специалист по рекламе                        | 2 года 10 месяцев   |
| Среднее общее образование  |  | 1 года 10 месяцев   |

Нормативный срок освоения программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования базовой подготовки при заочной форме обучения.

| Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ | Наименование квалификации базовой подготовки | Срок получения среднего профессионального обучения по ППССЗ базовой подготовки при заочной форме обучения |
|--|--|---|
| Среднее общее образование  | Специалист по рекламе                        | 2 года 10 месяцев   |

**1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ВЫПУСКНИКОВ**

Область профессиональной деятельности выпускников: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) готовится к следующим видам деятельности:

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

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 01.Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02.Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями:

ПК.1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп.

ПК.1.2. Проведение анализа объема рынка

ПК.1.3. Проведение анализа конкурентов.

ПК.1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК.2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК.2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ППК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

## **2. СТРУКТУРА И РЕАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **2.1 СТРУКТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Программа подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) на базе основного общего образования предусматривает:

1. общеобразовательную подготовку в соответствии с ФГОС среднего общего образования.

2. изучение следующих учебных циклов:

- социально-гуманитарного;
- общепрофессиональный цикл;
- профессионального;

3. изучение следующих разделов:

- учебная практика;
- производственная практика (по профилю специальности);
- производственная практика (преддипломная);
- промежуточная аттестация;
- государственная итоговая аттестация.

Программа подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) на базе среднего общего образования предусматривает:

1. изучение следующих учебных циклов:

- социально-гуманитарного;
- общепрофессиональный цикл;
- профессионального;

3. изучение следующих разделов:

- учебная практика;
- производственная практика (по профилю специальности);
- производственная практика (преддипломная);
- промежуточная аттестация;
- государственная итоговая аттестация.

## **2.2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

Учебные планы Частного профессионального образовательного учреждения «Башкирский экономико-юридический колледж» по специальности 42.02.01 Реклама разработаны на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552.

- Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (в последней редакции);

- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 мая 2012г. №413(в последней редакции);

- Приказ Минобрнауки России от 24 августа 2022г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденного приказом № 885/390 Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05 августа 2020г.;

- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 8 ноября 2021г. N 800 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Разъяснения по формированию учебного плана образовательной программы начального профессионального образования, среднего профессионального образования (письмо Министерства образования и науки Российской Федерации. Департамент профессионального образования от 20.10.2010 №12-696);

- Рекомендации по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований Федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования (письмо Минобрнауки России от 17 марта 2015 г. № 06-259 в последней редакции).

## **2.3. ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА И РЕЖИМА ЗАНЯТИЙ**

Очная (заочная) форма обучения, предполагает систематическое посещение обучающимися аудиторных занятий в течение всего учебного года. Учебный год для студентов всех курсов начинается и заканчивается согласно графику учебного процесса и учебного плана. Учебные занятия проводятся парами, продолжительность каждого урока пары - 45 мин.

Максимальный объем учебной нагрузки обучающихся не превышает 54 академических часа в неделю, включая все виды обязательной учебной нагрузки и внеаудиторной учебной работы по освоению программы подготовки специалистов среднего звена. Максимальной объем аудиторной учебной нагрузки обучающихся составляет 36 академических часов в неделю.

Общий объем каникулярного времени в учебном году составляет 8-11 недель, в том числе две недели в зимний период. На последнем курсе обучения общий объем каникул составляет 2 недели в зимний период.

При очной (заочной) форме обучения устанавливаются основные виды занятий, такие, как урок, лекция, семинар, практическое занятие, контрольная работа, консультация, самостоятельная работа, учебная и производственная практики, выполнение курсового проекта (работы).

Текущий контроль знаний и умений обучающихся осуществляется на учебных занятиях (уроке, практических занятиях, контрольной работе), в период прохождения учебной и производственной практики.

На каждый учебный год предусмотрены консультации в объеме 4 часов на человека в год. Формы проведения консультаций разнообразны: групповые, индивидуальные, устные.

Рабочий учебный план предусматривает выполнение двух курсовых работ по ПМ 01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта; МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, по ПМ 03 МДК 03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга, по ПМ 04. МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений.

В процессе изучения и по завершению освоения учебных дисциплин, междисциплинарных курсов проводятся зачеты и экзамены. Зачеты (в том числе и дифференцированные) проводятся за счет времени, отведенного на изучение соответствующей дисциплины.

По завершению профессиональной подготовки проводится государственная итоговая аттестация выпускников колледжа в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).

## **2.4. РЕАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Образовательная организация, реализующая ППССЗ, располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов лабораторных и практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом образовательной организации. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и других 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 комплекс

Спортивный зал

Залы:

– библиотека, читальный зал с выходом в интернет;

– актовый зал;

Реализация ППСЗ обеспечивает:

– выполнение обучающимися лабораторных работ и практических занятий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров;

– освоение обучающимися профессиональных модулей в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательной организации или в организациях в зависимости от специфики вида деятельности.

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

Образовательная организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

### **3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

Согласно ФГОС СОО и Рекомендациям по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований Федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования специальность 42.02.01 Реклама отнесена к социально-экономическому профилю получаемого профессионального образования, где объем базовой и профильной частей циклов общеобразовательной подготовки по очной форме обучения составляет 1476 часов обязательных учебных занятий.

В рабочем учебном плане, общеобразовательного цикла предусмотрено выполнение индивидуального проекта, в форме учебного проекта, выполняемого в рамках одной из профильных дисциплин, в соответствии с получаемой специальностью.

Согласно ФГОС СПО объем обязательной части циклов профессиональной подготовки образовательной программы составляет 1908 часов. На вариативную часть программы подготовки специалистов среднего звена выделено 828 часов.

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

Обязательная часть общепрофессионального учебного цикла ППСЗ базовой подготовки предусматривает изучение дисциплин: «Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «История экранных искусств»,

«Рекламная деятельность», «Психология рекламы», «Русский язык и культура речи», «Основы менеджмента и маркетинга», «Основы социологии», «Основы эффективного поведения выпускника на рынке труда региона».

Обязательная часть профессионального цикла образовательной программы предусматривает изучение профессиональных модулей: «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта», «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий», «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет, средствами коммуникационных технологий», «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

Учебная практика и практика по профилю специальности проводятся колледжем в рамках профессиональных модулей при освоении студентами профессиональных компетенций. Производственная практика студентов колледжа организована в соответствии с Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденного приказом № 885/390 Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05 августа 2020г.

Видами практики студентов, осваивающих ППССЗ СПО по данной специальности, являются учебная практика продолжительностью 9 недель, практика по профилю специальности - 14 недель и преддипломная практика - 4 недели:

1. ПМ.01 «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта»
  - учебная практика – 1 неделя (36 часов);
  - практика по профилю специальности - 1 недели (36 часов);
2. ПМ.02 «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»
  - учебная практика – 1 неделя (36 часов);
  - практика по профилю специальности - 1 неделя (36 часов);
3. ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет, средствами коммуникационных технологий»
  - учебная практика – 1 неделя (36 часов);
  - практика по профилю специальности - 2 недели (72 часа);
4. ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»
  - учебная практика – 2 недели (72 часа);
  - практика по профилю специальности – 2 недели (72 часа).

Все виды практик проводятся согласно графику учебного процесса. Содержание практики определяется требованиями к результатам обучения по каждому модулю ОП по данной специальности в соответствии с ФГОС СПО, рабочими программами практик, разработанными и утверждаемыми колледжем самостоятельно.

#### **4. ФОРМИРОВАНИЕ ВАРИАТИВНОЙ ЧАСТИ ОП**

Выделенные ФГОС СПО часы вариативной части используются с целью расширения и углубления подготовки, определяемой содержанием обязательной части ОП, получения дополнительных умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда, следующим образом:

- в цикле ОП введена учебная дисциплина «Основы эффективного поведения выпускника на рынке труда региона» - 50 часов, которая позволит обучающимся осуществлять эффективное трудоустройство, грамотно спланировать профессиональную карьеру и ориентироваться на современном рынке труда;

- на изучение предусмотренных ФГОС СПО профессиональных модулей распределено в вариативной части дополнительно 384 часов на ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта; 12 часа на ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и

тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; 12 часов на ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет, средствами коммуникационных технологий; 42 часа на ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях; 200 часов.

Практикоориентированность согласно рабочему учебному плану составляет 50% при рекомендуемом диапазоне допустимых значений для ППСЗ базовой подготовки 50% - 65%.

## **5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Промежуточная аттестация предназначена для оценки результатов учебной деятельности обучающегося за семестр. В учебном плане отражены следующие формы промежуточной аттестации:

- экзамен;
- дифференцированный зачет;
- зачет.

Формы и периодичность промежуточной аттестации определяются рабочим учебным планом по специальности.

При освоении программ междисциплинарных курсов (МДК) в последнем семестре изучения формой промежуточной аттестации по МДК является междисциплинарный экзамен, при освоении программ профессиональных модулей в последнем семестре изучения формой промежуточной аттестации является экзамен (квалификационный). Экзамен (квалификационный) - проверка сформированности компетенций и готовности к выполнению вида профессиональной деятельности, определенных в разделе «Требования к результатам освоения ОП» федерального государственного образовательного стандарта. Итогом проверки является однозначное решение: вид профессиональной деятельности «освоен»/ «не освоен».

С целью соблюдения всех требований к организации промежуточной аттестации количество экзаменов в каждом учебном году не превышает 8, а количество зачетов и дифференцированных зачетов (без учета физической культуры) - 10.

## **6. ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ, ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ**

Формой государственной итоговой аттестации выпускников колледжа является демонстрационный экзамен и защиты дипломного проекта (работы).

На подготовку выпускной квалификационной работы отводится 2 недели, на защиту выпускной квалификационной работы - 1 неделя. На подготовку к демонстрационному экзамену отводится 2 недели, на проведение демонстрационного экзамена – 1 неделя.