

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

Одобрено Ученым советом РГГУ

Протокол № 7 от 18.06.2019 г.

## ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

---

**42.02.01 Реклама**

---

**базовая подготовка**

---

*(код, наименование специальности согласно ФГОС, базовая / углубленная подготовка)*

---

**Реклама в сфере СМИ и массовых коммуникаций; Менеджмент в рекламе**

---

*(наименование специализации согласно учебному плану)*

---

**социально-экономический профиль**

---

*(для программ, реализуемых на базе основного общего образования)*

---

*(наименование профиля)*

---

**Специалист по рекламе**

---

*(наименование квалификации согласно ФГОС)*

---

**очная**

---

*(очная, очно-заочная и др.)*

Москва 2019г.

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Программа подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовый уровень подготовки) (утвержден приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 г. № 510) (ФГОС СПО) и соответствует социально-экономическому профилю подготовки.

1.2. Социальная роль, цели и задачи.

ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама (базовый уровень подготовки) (социально-экономический профиль) представляет собой системно организованный комплекс учебно-методических документов, регламентирующих цели, ожидаемые результаты, содержание, формы, условия и технологии организации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника соответствующей квалификации, разработанный и утвержденный с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и отраслевых требований, а также с учетом рекомендованной примерной ППССЗ.

Целью ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама (базовый уровень подготовки) является развитие у студентов профессионально важных и личностных качеств, а также формирование общих (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО по данной специальности.

1.3. Срок освоения, образовательная база приема, трудоемкость ППССЗ и квалификация выпускника

Наименование ППССЗ	Квалификация	Нормативный срок освоения ППССЗ (в соответствии с ФГОС СПО)	Трудоемкость (максимальная в часах)
42.02.01 Реклама (базовый уровень подготовки)	Специалист по рекламе	на базе среднего общего образования – 2 года 10 месяцев, на базе основного общего образования – 3 года 10 месяцев.	на базе среднего общего образования – 4644 часов, на базе основного общего образования – 6750 часов.

1.4. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца об основном общем образовании, / о среднем общем образовании / о начальном профессиональном образовании, / о среднем профессиональном образовании.

## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА**

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

2.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

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

– рекламная кампания;

– выставочная деятельность;

– технологические процессы изготовления рекламного продукта;

– рекламные коммуникативные технологии;

– первичные трудовые коллективы.

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

– разработка и создание дизайна рекламной продукции;

– производство рекламной продукции;

– маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;

– организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;

– выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих;

– управление в сфере рекламы / рекламная деятельность в сфере СМИ и массовых коммуникаций.

## **3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ППССЗ**

Результаты освоения ППССЗ квалификации Специалист по рекламе определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения ППССЗ Специалист по рекламе должен обладать следующими общими компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Специалист по рекламе должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

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

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.

ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки изображений.

ПМ. 06 Менеджмент в рекламе

ПК 6.1. Координировать и контролировать информационное обеспечение рекламной деятельности в Интернете, системе СМИ и массовых коммуникаций.

ПК 6.2. Владеть современными технологиями продвижения бренда.

ПК 6.3. Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий.

ПК 6.4. Использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия.

ПМ.06 Реклама в сфере СМИ и массовых коммуникаций

ПК 6.1. Разрабатывать авторские PR-проекты в сфере СМИ и массовых коммуникаций.

ПК 6.2. Владеть основами поиска и привлечения новых клиентов через Интернет, социальные сети и СМИ.

ПК 6.3. Владеть способами продвижения рекламной информации в социальных сетях.

#### **4. РЕГЛАМЕНТАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Содержание и организация образовательного процесса при реализации ППССЗ СПО регламентируется учебным планом; учебно-методическим обеспечением учебных дисциплин, профессиональных модулей и (или) междисциплинарных курсов, другими материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. Учебный план с календарным учебным графиком и матрицей соотношения компетенций и дисциплин базовой и вариативной частей ППССЗ СПО.

4.2. Макет учебно-методического обеспечения ППССЗ СПО.

4.3. Программы учебной и производственной практик (разрабатываются в соответствии с Положением о практике студентов Гуманитарного колледжа, осваивающих основные образовательные программы среднего профессионального образования).

## **5. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ППССЗ СПО**

5.1. Кадровое обеспечение.

5.2. Библиотечно-информационное обеспечение.

5.3. Материально-техническое обеспечение.

## **6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ РАЗВИТИЕ ОБЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Воспитательная работа в Гуманитарном колледже ведется в соответствии с Концепцией воспитательной работы (утверждена 10.09.2008г.), ежегодным календарным планом воспитательной деятельности РГГУ, внутренними приказами и распоряжениями, регламентирующими воспитательную деятельность и деятельностью Управления по работе со студентами РГГУ. Ежегодно составляется план воспитательной работы в колледже РГГУ.

Для руководства учебными группами в колледже существует институт кураторства (работа куратора регламентирована Положением о педагогической поддержке студентов Гуманитарного колледжа РГГУ (о системе кураторства). Кураторами регулярно осуществляется мониторинг успеваемости и посещаемости студентами учебных занятий, поддерживается связь с родителями, проводятся родительские собрания. В системе организации учебно-воспитательного процесса для связи учебной группы с администрацией работает выбранный из числа студентов староста (деятельность старосты регламентирована Положением о старосте учебной группы Гуманитарного колледжа РГГУ).

Для выявления творческих студентов в начале учебного года проводится анкетирование. На основе полученных данных формируются активы групп. В колледже осуществляет деятельность Студенческий совет, который представляет в структуре колледжа возможность продвижения студенческих инициатив. Студенческий совет разделен на три сектора: учебный, творческий, спортивный. Каждый сектор имеет председателя, заместителя и актив-группу. Заседания Студенческого совета проходят регулярно два раза в месяц. Работа студенческого совета способствует развитию следующих общих компетенций:

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

Колледж поддерживает тесное сотрудничество с университетом, институтами и кафедрами, осуществляющими подготовку по сопряженным программам высшего профессионального образования. Для повышения мотивации студентов к учебе и профориентации абитуриентов, в колледже проводятся предметно-профессиональные недели. Для специальности Реклама проводится Неделя творческих специальностей, это позволяет развивать и формировать такие компетенции как:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Неделя творческих специальностей - это комплекс мероприятий, в которых принимают участие ведущие специалисты сопряженных программ кафедрой маркетинга и рекламы Института экономики управления и права РГГУ. Также в рамках профориентации для будущих специалистов по рекламе организуются профильные экскурсии на выставки художников России и зарубежья, открытия выставок работ студентов колледжа, мастер-классы известных журналистов и рекламных деятелей.

Для расширения кругозора и с целью нравственного и эстетического воспитания, ежегодно организуются однодневные выездные экскурсии по достопримечательностям Москвы, Московской области и прилегающих областей. Также все студенты имеют возможность пройти международные стажировки за границей (в том числе во Франции, Италии, Исландии, Великобритании и других странах). Такого рода стажировки включают в себя профессиональную, учебную языковую и экскурсионную часть с посещением достопримечательностей и культурных центров. Данные программы способствуют развитию и формированию таких общих компетенций как:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

## **7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ППСЗ СПО**

Оценка качества освоения ППСЗ СПО включает текущий и промежуточный контроль знаний и государственную итоговую аттестацию выпускников.

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего и промежуточного контроля знаний.

В соответствии с требованиями ФГОС СПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ППСЗ (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, позволяющие оценить знания, умения и приобретенные компетенции. Эти фонды могут включать: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Согласно ФГОС СПО, учебным заведением должны быть созданы условия для максимального приближения программ текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам и междисциплинарным курсам профессионального цикла к условиям их будущей профессиональной деятельности – для чего, кроме преподавателей конкретной дисциплины (междисциплинарного курса), в качестве внешних экспертов должны активно привлекаться работодатели, преподаватели, читающие смежные дисциплины.

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

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка компетенций обучающихся.

7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников.

В соответствии с требованиями ФГОС СПО, необходимым условием допуска к государственной итоговой аттестации является представление документов, подтверждающих освоение обучающимся компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности. В том числе выпускником могут быть предоставлены отчеты о ранее достигнутых результатах, дополнительные сертификаты, свидетельства (дипломы) олимпиад, конкурсов, творческие работы по специальности, характеристики с мест прохождения преддипломной практики.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной (дипломной) работы. Обязательное требование – соответствие тематики выпускной квалификационной работы содержанию одного или нескольких профессиональных



модулей. Подготовка выпускной квалификационной (дипломной) работы осуществляется в соответствии с требованиями к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы, изложенными в методических рекомендациях по подготовке, написанию и защите выпускной квалификационной (дипломной) работы для студентов Гуманитарного колледжа, разработанными и утвержденными Методическим советом колледжа 18.01.2018 г. (протокол №5).

Лист регистрации изменений ППСЗ  
по специальности 42.02.01 Реклама  
очная форма обучения (год начала подготовки 2019)

Номер изменения	Изменения	Протокол заседания Методического совета	
		№	Дата
1	Внесены изменения и дополнения в структурные компоненты ППСЗ: учебные планы, календарные учебные графики, рабочие программы учебных дисциплин, профессиональных модулей, практик, программу ГИА	Протокол №7	19.06.2020 г.
2	Внесены изменения и дополнения в структурные компоненты ППСЗ: учебные планы, календарные учебные графики, рабочие программы учебных дисциплин, профессиональных модулей, практик, программу ГИА	Протокол №1	02.09.2020 г.