Документ подписан квалифицированной электронной подписью
Сертификат: 03489EA30058B4708C45B74E4D79B70E27
Владелец: "АНО ВО ""РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"""
Действителен: с 28.05.2026 по 28.08.2027

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

Колледж

Образовательная программа

по специальности

42.02.01 Реклама

_____ _____

(очная форма обучения)

На базе среднего общего образования

Москва

2026 г.

Лист согласования
программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности **42.02.01 Реклама**

Квалификация: специалист по рекламе

Нормативный срок освоения: 1 год и 10 месяцев

Автор-разработчик Колледж АНО ВО «Российский новый университет»

Предприятие (организация) работодателя:

Общество с ограниченной ответственностью «Юникосметик»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленная для согласования программа подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

СООТВЕТСТВУЕТ:

- требованиям ФГОС СПО, утверждённым Минобрнауки России от «14» ноября 2023 г. № 856;
- запросам работодателей (контрольно-измерительные материалы актуальны, обоснованы и соответствуют базовому уровню среднего профессионального образования).

Зам. руководителя
управления
по правовым вопросам _____ Т. И. Костина
(подпись)

М. П.

Содержание

Раздел 1. Общие положения

Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы
4.1. Общие компетенции
4.2. Профессиональные компетенции

Раздел 5. Структура образовательной программы
5.1. Учебный план
5.2. Календарный учебный график
5.3. Практическая подготовка обучающихся

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы
6.1. Требования к материально-техническому оснащению образовательной программы
6.2. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы
6.3. Примерные расчёты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы

Раздел 7. Фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации и организация оценочных процедур по программе

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Список рабочих программ учебных дисциплин профессиональной подготовки для базового уровня подготовки специалистов среднего звена специальности 42.02.01 Реклама. Квалификация выпускника: Специалист по рекламе.

Приложение 2. Список рабочих программ учебных дисциплин профессионального модуля для базового уровня подготовки специалистов среднего звена специальности 42.02.01 Реклама. Квалификация выпускника: Специалист по рекламе.

Приложение 3 Материально-техническое обеспечение и оснащение образовательного процесса

Раздел 1. Общие положения

1.1. Настоящая образовательная программа по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама (далее ОП) разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама утверждённого Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от «14» ноября 2023 г. № 856.

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

ОП разработана для реализации образовательной программы на базе среднего общего образования, разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и ФГОС СПО с учётом получаемой специальности и настоящей ОП.

1.2. Нормативные основания для разработки ОП СПО:

Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 08.04.2021 №153 "Об утверждении Порядка разработки примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 13.05.2021 № 63394);

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от «15» мая 2023 г. № 371 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (Зарегистрировано в Минюсте России 12.07.2023 N 74228);

Приказ Минпросвещения РФ от 24.08.2022 N 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 21 сентября 2022 г. N 70167) (далее – Порядок организации образовательной деятельности) (с изменениями и дополнениями);

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 8 ноября 2021 г. N 800 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (зарегистрирован в Минюсте России 7 декабря 2021 г. N 66211) (с изменениями и дополнениями);

Приказ Минобрнауки России от 05 августа 2020 г. № 885/390 «Об утверждении Положения о практической подготовке обучающихся» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 11 сентября 2020 г., регистрационный № 59778);

- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 марта 2015 г. N 176 н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по работе с залогами» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 9 апреля 2015 г., регистрационный N 36798);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 марта 2015 г. 171н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по ипотечному кредитованию» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 31 марта 2015 г., регистрационный N 36640);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 14 ноября 2016 г. N 646н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по потребительскому кредитованию» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 ноября 2016 г., регистрационный N 44422);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 сентября 2015 г. N 590н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по работе с просроченной задолженностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 сентября 2015 г., регистрационный N 39053);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 14 ноября 2016 г. N 645н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по платёжным услугам» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 ноября 2016 г., регистрационный N 44419);
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 14 ноября 2016 г. N 643н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по операциям на межбанковском рынке» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 ноября 2016 г., регистрационный N 44421).

- Положение о порядке обучения обучающихся – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, утверждённым приказом ректора от 6 ноября 2015№ 60/о;

- Положение о службе инклюзивного образования и психологического помощи АНО ВО «Российский новый университет», утверждённого приказом ректора от 20 мая 2016 года № 187/о;

- Положение о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации обучающихся по программам среднего профессионального образования утвержденное приказом ректора АНО ВО «РосНОУ» от 31.12.2020 г. № 456-о;

- Положение государственной итоговой аттестации обучающихся по программам среднего профессионального образования, утверждённое приказом ректора АНО ВО «РосНОУ» от 08.06.2021г. № 249-о,

- Положение о выпускной квалификационной работе по программам среднего профессионального образования, утверждённое приказом ректора АНО ВО «РосНОУ» 31.12.2020 г. № 455-о;

- Положение о практической подготовке АНО ВО «РосНОУ», утверждённое приказом ректора АНО ВО «РосНОУ» от 09.10.2020г. № 316-о;

- Устав АНО ВО «РосНОУ»;

- Локальные акты университета.

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ОП:

ФГОС СПО - Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;
ОП – образовательная программа;
МДК - междисциплинарный курс
ПМ - профессиональный модуль
ОК - общие компетенции;
ПК - профессиональные компетенции;
Цикл СГ - социально-гуманитарный цикл;
Цикл ОП - общепрофессиональный цикл.
ПЦ - профессиональный цикл.

Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы среднего профессионального образования

Квалификации, присваиваемые выпускникам образовательной программы: Специалист по рекламе.

Формы обучения: очная.

Образовательная программа с присвоением квалификации Специалист по рекламе.

Объём образовательной программы, реализуемой на базе среднего общего образования: **2952** академических часа.

Срок получения образования по образовательной программе, реализуемой на базе среднего общего образования с одновременным получением среднего общего образования: 1 год 10 месяцев.

Трудоёмкость ОП на базе основного общего образования составляет 95 недель в том числе:

Обучение по учебным циклам	59 недель
Учебная практика	5 недель
Производственная практика (по профилю специальности)	6 недель
Производственная практика (по специальности)	4 недели
Промежуточная аттестации	3 недели
Государственная (итоговая) аттестация	6 недель
Каникулы	13 недель

Структура и объем образовательной программы:

Структура образовательной программы	Объём образовательной программы при получении квалификации специалиста среднего звена «специалист по рекламе» (в академических часах)
Социально-гуманитарный цикл	**504**
Общепрофессиональный цикл	**648**
Профессиональный цикл	**1584**
Государственная итоговая аттестация	**216**

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Область профессиональной деятельности выпускников[1]:

06. Связь, информационные и коммуникационные технологии.

3.2. Соответствие профессиональных модулей присваиваемым квалификациям (сочетаниям квалификаций п.1.11/1.12 ФГОС)

Наименование основных видов деятельности	Наименование профессиональных модулей	Квалификация
		специалист по рекламе
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	осваивается
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных	осваивается

мероприятий	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	осваивается
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	осваивается

[1]Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2014 г. № 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 ноября 2014 г., регистрационный № 34779)

3.3 Отрасль профессиональной деятельности выпускников: Средства массовой информации, издательство и полиграфия;

3.4 Объекты профессиональной деятельности выпускников:

- 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.

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

Результаты обучения по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам, соотнесены с требуемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников). Совокупность результатов обучения обеспечивает выпускнику освоение всех ОК и ПК в соответствии с получаемой квалификацией среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, в соответствии с получаемой квалификацией: специалист по рекламе.

4.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	**Умения:** - 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).

		Знания: - 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.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	**Умения:** - 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.
		Знания: - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приёмы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.
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.	**Умения:** - 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.

		Знания: - 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.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	**Умения:** - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.
		Знания: - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - основы проектной деятельности.
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.	**Умения:** - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.
		Знания: - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений.
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учётом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.	**Умения:** - описывать значимость своей специальности; - применять стандарты антикоррупционного поведения.
		Знания: - сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; - значимость профессиональной деятельности по специальности; - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	**Умения:** - соблюдать нормы экологической безопасности; - определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности; - по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; - организовывать профессиональную деятельность с учётом знаний об изменении климатических условий региона.

		Знания: - правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; - пути обеспечения ресурсосбережения; - принципы бережливого производства; - основные направления изменения климатических условий региона.
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	**Умения:** - использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; - применять рациональные приёмы двигательных функций в профессиональной деятельности; - пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности.
		Знания: - 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.	**Умения:** - понимать общий смысл чётко произнесённых 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.
		Знания: - 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.

4.2. Профессиональные компетенции:

Основные виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции[2]

[2] Практический опыт, умения и знания по каждой из компетенций, выбираются из соответствующего раздела ФГОС с учётом дополнений и уточнений предлагаемых разработчиком ПООП с учётом требований ПС и выбранной специфики примерной программы.

ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	**Практический опыт:** - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований; - уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании.
		Знания: - 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. Проведение анализа объёма рынка	**Практический опыт:** - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования рынка.
		Знания: - методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.
	ПК 1.3. Проведение анализа конкурентов	**Практический опыт:** - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умения: - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.
		Знания: - отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения

		маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.
	ПК 1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Практический опыт:** - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.
		Умения: - преобразовывать требования заказчика в бриф.
		Знания: - принципов выбора каналов коммуникации; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.
ПМ.02 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	**Практический опыт:** - планирования системы маркетинговых коммуникаций.
		Умения: - определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - 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 РК исходя из поставленных целей и задач; - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); - определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приёмы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.
		Знания: - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования;

		- систему 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 РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета; - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	**Практический опыт:** - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.
		Умения: - составлять полнофункциональные брифы на РК с учётом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; - создавать план РК с учётом поставленных целей и задач; - осуществлять медиапланирование; - определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; - осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; - преобразовывать требования заказчика в бриф; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; - уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; - использовать приёмы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;

		- использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении рекламных мероприятий.
		Знания: - важность учёта 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.
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	**Практический опыт:** - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умение: - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знание: - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	**Практический опыт:** - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет.
		Умение: - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирования 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 ЦА; - 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.
		Знание: - 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; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет; - структуру брифа и требования к нему.
	ПК.3.3. Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**Практический опыт:** - структуры и базовых принципов рекламного сообщения; - реализации рекламной кампании в сети Интернет.
		Умение: - 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 приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; - разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учётом пожеланий и профиля заказчика; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; - использовать современные приёмы и технологии проведения и управления презентациями; - использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.
		Знание: - отраслевую терминологию; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
ПМ.04 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	**Практический опыт:** - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учётом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умение: - использовать поисковые системы интернета - использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводить информацию заказчика до ЦА; - использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
		Знание: - 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 социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	**Практический опыт:** - 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 учётом инсайта для РК.
		Умение: - использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знание: - отраслевую терминологию; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.
	ПК.4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	**Практический опыт:** - 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 учётом, поставленных задач в области рекламы.
		Умение: - 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 функционирования 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 ЦА; - 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; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приёмы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
		Знание: - 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 учёта пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учёта 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.
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ПК 1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп	**Практический опыт:** - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
		Умение: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приёмы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приёмы управления аудиторией и её вниманием при проведении исследований; - уметь завоёвывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать её участие в исследовании.
		Знание: - 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 1.4. Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Практический опыт:** - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; - планирования системы маркетинговых коммуникаций; - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.
		Умение: - преобразовывать требования заказчика в бриф.
		Знание: - принципов выбора каналов коммуникации; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей.
	ПК 2.1. Проводить	**Практический опыт:** - планирования системы маркетинговых коммуникаций.

	стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Умение:** - определять ключевые цели рекламной кампании; - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - 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 РК исходя из поставленных целей и задач; - определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); - определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приёмы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.
		Знание: - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему 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 РК; - виды запросов пользователей в поисковых системах интернета; - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учёта пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учёта пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.

Раздел 5. Структура образовательной программы:

Структура образовательной программы ОП по специальности 42.02.01 Реклама включает объём ОП, состоящей из:

1. Обязательной части ОП направленной на формирование ОК и ПК, в соответствии с требованиями к результатам освоения ОП предусмотренных ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, в соответствии с квалификацией: специалист по рекламе и составляет 68,16 процента (не более 70 процентов от общего объёма времени, отведённого на её освоение).
2. Вариативной части ОП направленной на возможность расширения основного вида деятельности, к которой должен быть готов выпускник, освоивший ОП предусмотренных ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, в соответствии с квалификацией: специалист по рекламе, а также углубление подготовки обучающегося и получение дополнительных компетенций, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда и составляет 31,84 процента (не менее 30 процентов от общего объёма времени, отведённого на её освоение). В том числе за счёт введения учебных дисциплин вариативной части:

Профессиональный цикл:

МДК.01.03 Основы теории коммуникации, объём ОП - 108 часов
МДК.04.03 История изобразительного искусства, объём ОП - 72 часа
МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный", объём ОП – 90 часов.

3. Образовательная программа имеет следующую структуру:

Социально-гуманитарный цикл,
Общепрофессиональный цикл,
Профессиональный цикл.

Государственная итоговая аттестация в форме демонстрационного экзамена.

4. В социально-гуманитарном цикле, общепрофессиональном и профессиональном циклах ОП выделяется объём работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем по видам учебных занятий (урок/лекция, практическое занятие, консультации), практики (в профессиональном цикле) и самостоятельной работе. Общий объём ОП 36 часов в неделю.
5. В учебные циклы включена промежуточная аттестация обучающихся, которая осуществляется в рамках освоения указанных циклов в соответствии с фондом оценочных средств, позволяющими оценить достижения запланированных по дисциплинам (модулям) и практикам результатов обучения, в соответствии Положением о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации обучающихся по программам среднего профессионального образования, утверждённое приказом ректора АНО ВО «РосНОУ» от 31.12.2020 г. № 456-о.

5.1. Учебный план по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама
Квалификация: Специалист по рекламе

Индекс	Наименование учебных дисциплин, состав практик и объем нагрузок по ним	Объем образовательной программы в академических часах						Курс изучения
		Всего	Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем				Самостоятельная работа	
			Занятия по дисциплинам и МДК			Практики		
			Суммарная по УД/МДК	В том числе				
				практические занятия	Курсовой проект (работа)/индив. проект			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Обязательная часть образовательной программы		**1904**	**1280**	**792**	**4**	**504**	**624**	**1-3**
СГ.00	**Социально-гуманитарный цикл**	**504**	**430**	**294**			**74**	**1-2**
СГ.01	История России	**72**	**58**	14			**14**	**1**
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	**108**	**102**	96			**6**	**1-3**
СГ.03	Физическая культура	**180**	**156**	148			**24**	**1-3**
СГ.04	Основы бережливого производства	**36**	**32**	10			**4**	**3**
СГ.05	Основы финансовой грамотности	**36**	**26**	8			**10**	**1**
СГ.06	Безопасность жизнедеятельности	**72**	**56**	18			**16**	**2**
ОП.00	**Общепрофессиональный цикл**	**648**	**518**	**272**			**52**	**1-2**
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	144	124	66			4.4	**1-2**
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	72	70	34			2	**1**
ОП.03	История экранных искусств	108	86	46			6.4	**1-2**
ОП.04	Рекламная деятельность	144	100	44			12.8	**3-4**
ОП.05	Психология рекламы	108	86	48			6.4	**3-4**
ОП.06	Русский язык и культура речи	72	52	34			20	**1**
ПЦ.00	**Профессиональный цикл**	**1584**	**1412**	**446**	**4**	**504**	**102**	**1-4**
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	432	402	164		72	16	**1-2**
МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	135	126	68			9	**1-2**

МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	99	96	46			3	**1-2**
МДК.01.03	Основы теории коммуникации	108	104	50			4	**1-2**
УП.01.01	**Учебная практика**	**36**	**36**			36		**2**
ПП.01.01	**Производственная практика**	**36**	**36**			36		**2**
ПМ.01.ЭК	**Экзамен по модулю**	**18**	**4**				**14**	**2**
ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**288**	244	**90**		72	**30**	**2**
МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**99**	76	36	2		23	**2**
МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**99**	92	54			7	**2**
УП.02.01	**Учебная практика**	**36**	36			36		**2**
ПП.02.01	**Производственная практика (по профилю специальности)**	**36**	36			36		**2**
ПМ.02.ЭК	**Экзамен по модулю**	**18**	**4**				**14**	**2**
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	**216**	**182**	**60**		72	**20**	**3-4**
МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	**63**	56	30			7	**3-4**
МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**63**	50	30			13	**3-4**

УП.03.01	**Учебная практика**	**36**	36			36		**4**
ПП.03.01	**Производственная практика (по профилю специальности)**	**36**	36			36		**4**
ПМ.03.ЭК	**Экзамен по модулю**	**18**	**4**				**14**	**4**
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	**288**	**242**	**90**	2	72	**32**	**3-4**
МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	**63**	44	24		36	19	**4**
МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	**63**	58	32		36	5	**4**
МДК.04.03	История изобразительного искусства	**72**	64	34			8	**3**
УП.04.01	**Учебная практика**	**36**	36					**4**
ПП.04.01	**Производственная практика (по профилю специальности)**	**36**	36					**4**
ПМ.04.ЭК	**Экзамен по модулю**	**18**	4			108	**14**	**4**
ПМ.05	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	**216**	**198**	**42**			**4**	**3**
МДК.05.01	Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"	**90**	86	42			4	**3**
УП.05.01	**Учебная практика**	**36**	36			36		**3**
ПП.05.01	**Производственная практика (по профилю специальности)**	**72**	72			72		**3**
ПМ.05.ЭК	**Экзамен по модулю**	**18**	4				**14**	**3**
Производственная практика (по специальности)		**144**	**144**			**144**		**4**
Вариативная часть образовательной программы		**940**	**940**					
ГИА.00	**Государственная итоговая аттестация, включающая демонстрационный экзамен**	**216**	**16**				**200**	**4**
Итого:		**2952**	**2376**	**1012**	**4**	**504**	**428**	

5.2. Календарный учебный график по программе подготовки по квалификации: Специалист по рекламе

Курс	Сентябрь				29 сен - 5 окт	Октябрь			27 окт - 2 ноя	Ноябрь				Декабрь				29 дек - 4 янв	Январь			26 янв - 1 фев	Февраль			23 фев - 1 мар	Март				30 мар - 5 апр	Апрель			27 апр - 3 май	Май				Июнь				29 июн - 5 июл	Июль			27 июл -2 авг	Август			
	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		6 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		5 - 11	12 - 18	19 - 25		2 - 8	9 - 15	16 - 22		2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29		6 - 12	13 - 19	20 - 26		4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		6 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
0	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
I																	::	=	=																		0	0	8	8	::	::	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=
II														0	8	8	::	=	=							0	0	8	8	::	::	X	X	X	X			III	III	III	III	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Обозначения:

- Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам
- 0 — Учебная практика
- △ — Подготовка к государственной итоговой аттестации
- :: — Промежуточная аттестация
- 8 — Производственная практика (по профилю специальности)
- III — Государственная итоговая аттестация
- = — Каникулы
- X — Производственная практика (по специальности)
- * — Неделя отсутствует

Сводные данные по бюджету времени

Курс	Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам			Промежуточная аттестация			Практики									ГИА		Каникулы	Всего
							Учебная практика			Производственная практика (по профилю специальности)			Производственная практика (по специальности)			Подготовка	Проведение		
	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем				
	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед	нед.	нед	нед.	нед.	нед	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.
I	36	16	20	2	1	1	2		2	2		2						11	52
II	23	17	6	1	1	1	3	1	2	4	1	3	4		4	2	4	2	43
Всего	**59**	**33**	**26**	**3**	**2**	**2**	**5**	**1**	**4**	**6**	**1**	**5**	**4**		**4**	**2**	**4**	**13**	**95**

5.3. Практическая подготовка обучающихся

Практическая подготовка обучающихся по образовательной программе направлена на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю (направленности) осваиваемой образовательной программы и осуществляется в условиях выполнения обучающимися определённых видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка организуется путём проведения:

- практических занятий, практикумов, лабораторных работ, выполнения проектов или иных аналогичных видов учебной деятельности по дисциплинам образовательной программы - в учебных аудиториях, компьютерных классах, специализированных кабинетах, лабораториях и других помещениях колледжа, расположенных по адресам: г. Москва, ул. Вилиса Лациса д. 8 стр.1, г. Москва, ул. Радио, д. 22;

- проведения учебной и производственной практики:

в структурных подразделениях университета (аудитории колледжа);

в профильных профессиональных организациях:

ООО «Сфера образования», ООО «АИТЭРА», ООО «Центр инновационной медицины», ООО «ПЭК» в г. Москве.

Практическая подготовка обучающихся по образовательной программе проводится путём чередования с иными компонентами образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Объём практической подготовки при проведении практических занятий, практикумов, лабораторных работ, выполнения проектов или иных аналогичных видов учебной деятельности по дисциплинам образовательной программы составляет – 916 часов.

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) позволяет достичь результатов обучения, выражающихся в сформированных у обучающихся навыках, умениях, способности осуществлять трудовые действия, выполнять элементы, отдельные виды работ будущей профессиональной деятельности, указанные в рабочих программах учебных дисциплин.

Объём практической подготовки при проведении учебной практики – 216 час.

Объём практической подготовки при проведении производственной практики – 720 часа.

Практическая подготовка при проведении практики позволяет готовить обучающихся к выполнению конкретных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, определённых образовательной программой и программами практик.

Общий объём практической подготовки по образовательной программе составляет – 916 часов.

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

6.1. Требования к материально-техническому оснащению ОП:

АНО ВО «Российский новый университет» располагает на праве собственности материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных учебным планом, с

учётом ОП.

6.1.1. Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий всех видов, предусмотренных ОП, в том числе консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, лаборатории, оснащённые оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащённое компьютерной техникой с выходом в информационно - телекоммуникационную сеть «Интернет» с обеспечением доступа в электронную информационно – образовательную среду АНО ВО «РосНОУ», с возможностью одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся.

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

Колледж АНО ВО «РосНОУ» обеспечен необходимым комплектом лицензированного программного обеспечения для реализации ОП по специальности 42.02.01 Реклама.

Перечень специальных помещений

Кабинеты:
социально-гуманитарных дисциплин;
основ финансовой грамотности;
иностранного (английского) языка;
безопасности жизнедеятельности;
истории экранных искусств;
дизайна и макетирования рекламной продукции;
психологии в рекламе;
маркетинговых исследований;
стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний;
основ композиции, рисунка, живописи в рекламе.

Лаборатории:
цифровых коммуникационных технологий;
информационных технологий в профессиональной деятельности;
компьютерной графики;
видеостудия;
фотостудия.

Спортивный комплекс

- Образовательная организация для реализации учебной дисциплины «Физическая культура» располагает спортивной инфраструктурой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, предусмотренных учебным планом.

Залы:

Библиотека, читальный зал с выходом в интернет
Актовый зал.

6.1.2. Материально-техническое оснащение лабораторий, мастерских и баз практики по специальности «Реклама»

Колледж АНО ВО «РосНОУ» по ОП специальности 42.02.01 Реклама, располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практических работ обучающихся, предусмотренных учебным планом, в соответствии с действующими санитарными и противопожарными правилами и нормами.
Перечень материально-технического обеспечения, включает в себя оснащение лабораторий и кабинетов:

Кабинет социально-гуманитарных дисциплин
Оснащён:
учебная доска;
рабочие места по количеству обучающихся; наглядные пособия;
рабочее место преподавателя;
техническими средствами обучения:
персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
мультимедийный проектор;
мультимедийный экран;
лазерная указка;
средства аудиовизуализации.

Кабинет иностранного (английского) языка
Оснащён:
- организации рабочего места преподавателя;
- организации рабочих мест обучающихся.
Технические средства обучения:
- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа проектор;
- телевизор с видеомагнитофоном;
- комплекты кинофильмов, кинофрагментов, видеофильмов;
-компьютерные программы;
-DVD плеер;
- фотоаппарат;
Оборудование лингафонного кабинета (при наличии).

Кабинет основ финансовой грамотности
Оснащён:
учебная доска;
рабочие места по количеству обучающихся; наглядные пособия;
рабочее место преподавателя;
техническими средствами обучения:
персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;
мультимедийный проектор;
мультимедийный экран;
лазерная указка;
средства аудиовизуализации.

Кабинет безопасности жизнедеятельности
Оснащён:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплекты индивидуальных средств защиты;
- робот-тренажёр для отработки навыков первой доврачебной помощи;
- контрольно-измерительные приборы и приборы безопасности;
- огнетушители порошковые (учебные);
- огнетушители пенные (учебные);
- огнетушители углекислотные (учебные);
- устройство отработки прицеливания;
- учебные автоматы АК-74;
- винтовки пневматические;
- медицинская аптечка с техническими средствами обучения:
- компьютер;
- проектор;
- экран;
- войсковой прибор химической разведки (ВПХР);
- рентгенметр ДП-5В.

Кабинет основ композиции, рисунка, живописи в рекламе

Оснащён:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя
- учебно-наглядные пособия:
- комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);
- компьютер,
- проектор;
- натюрмортный фонд, включающий муляжи, предметы быта, драпировки, гипсовые слепки;
- наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты).

Кабинет истории экранных искусств

Оснащён:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя
- учебно-наглядные пособия:
- комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);
- компьютер,
- проектор
- наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты).

Кабинет дизайна и макетирования рекламной продукции

Оснащён:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя
- учебно-наглядные пособия:
- комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки

обучающихся);
- компьютер;
- проектор;
- наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты, образцы рекламных объявлений).

Кабинет психологии в рекламе

Оснащён:
- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя
- учебно-наглядные пособия:
- комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);
- компьютер,
- проектор
- наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты).

Кабинет маркетинговых исследований

Оснащён:
- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя
- учебно-наглядные пособия:
- комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);
- компьютер,
- проектор
- наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты).

Оснащённые базы практики.

Кабинет стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний

Оснащён:
- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя
- учебно-наглядные пособия:
- комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся);
- компьютер,
- проектор
- наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты).

Оснащённые базы практики.

Лаборатория «Информационные технологии в профессиональной деятельности»

Оснащена:
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- доска;

- наглядные пособия;
- компьютерное оборудование с операционной системой Windows;
- пакет прикладных программ Microsoft Office;
- MS Internet Explorer.

Техническими средствами обучения:
компьютеры, мультимедийный проектор,
интерактивная доска/экран, сканер, сетевой принтер.

6.2. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы:

Реализация ОП обеспечивается педагогическими работниками колледжа АНО ВО «РосНОУ», 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 и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3-х лет.

Квалификация педагогических работников колледжа АНО ВО «РосНОУ» отвечает квалификационным требованиям, указанным в профессиональном стандарте «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утверждённом приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. № 608н.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, проходят курсы дополнительного профессионального образования 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, не реже 1-го раза в 3 года с учётом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведённых к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3-х лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 06. Связь, информационные и коммуникационные технологии, в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, составляет не менее 25 процентов.

6.3. Примерные расчёты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы[3]:

Расчёты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы осуществляется в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ среднего профессионального образования по профессиям (специальностям) и укрупнённым группам профессий (специальностей), утверждённой Минобрнауки России 27 ноября 2015 г. № АП-114/18вн.

Нормативные затраты на оказание государственных услуг в сфере образования по

реализации образовательной программы включают в себя затраты на оплату труда преподавателей с учётом обеспечения уровня средней заработной платы педагогических работников за выполняемую ими учебную (преподавательскую) работу и другую работу в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики».

[3] АНО ВО «РосНОУ» приводит расчётную величину стоимости услуги в соответствии с рекомендациями федеральных и региональных нормативных документов.

Раздел 7. Фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации и организации оценочных процедур по программе

Формой государственной итоговой аттестации по специальности 42.02.01 Реклама является выпускная квалификационная работа (дипломная работа (дипломный проект)). Обязательным элементом ГИА является демонстрационный экзамен, который проводится в форме государственного экзамена.

Требования к содержанию, объёму и структуре выпускной квалификационной работы колледжа АНО ВО «РосНОУ» определены с учётом ОП, в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации обучающихся программам среднего профессионального образования, утверждённым приказом ректора АНО ВО «РосНОУ» от 08.06.2021г. № 249-о, Положением о выпускной квалификационной работе по программам среднего профессионального образования, утверждённым приказом ректора АНО ВО «РосНОУ» от 31.12.2020 г. № 455-о.

В ходе государственной итоговой аттестации оценивается степень соответствия сформированных компетенций выпускников требованиям ФГОС. Государственная итоговая аттестация организована как демонстрация выпускником выполнения одного или нескольких основных видов деятельности по специальности.

Для государственной итоговой аттестации по специальности 42.02.01 Реклама разработана программа государственной итоговой аттестации и фонды оценочных средств.

Задания для демонстрационного экзамена, разработаны на основе профессиональных стандартов и с учётом оценочных материалов, разработанных ФИРПО (Федеральный институт развития профессионального образования).

Фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации включают: набор оценочных средств, описание процедур и условий проведения государственной итоговой аттестации, критерии оценки, примерные темы дипломных работ.

Оценка качества освоения программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестации обучающихся.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по каждой учебной дисциплине и профессиональному модулю разработаны колледжем АНО ВО «РосНОУ» и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Задания разрабатываются преподавателями, реализующими программы учебных дисциплин и профессиональных модулей, в соответствии с Положением о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации обучающихся по программам среднего профессионального образования утверждённое приказом ректора АНО ВО «РосНОУ» от 31.12.2020 г. № 456-о.

Оценочные средства для промежуточной аттестации обеспечивают демонстрацию освоенности всех элементов программы СПО и выполнение всех требований, заявленных в программе как результаты освоения. Промежуточная аттестация по профессиональному модулю, результаты освоения которого не проверяются на Государственной итоговой аттестации проводится в формате демонстрационного экзамена (с элементами демонстрационного экзамена). Задания разрабатываются образовательной организацией самостоятельно с участием работодателей.

ФОСы по программе подготовки по специальности 42.02.01 Реклама, в соответствии с квалификацией специалист по рекламе сформированы из комплектов оценочных средств текущего контроля промежуточной и итоговой аттестации:

- комплект оценочных средств текущего контроля:
  титульный лист;
  паспорт оценочных средств;
  описание оценочных процедур по программе.
- комплект оценочных средств по промежуточной аттестации:
  контрольно-оценочные средства для оценки освоения материала по учебным дисциплинам и профессиональным модулям;
- фонды оценочных средств по государственной итоговой аттестации.

Приложение 1

Список рабочих программ учебных дисциплин профессиональной подготовки

ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности
ОП.03	История экранных искусств
ОП.04	Рекламная деятельность
ОП.05	Психология рекламы
ОП.06	Русский язык и культура речи

Приложение 2

Список рабочих программ учебных дисциплин и практик профессионального модуля

ПМ. 01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**
МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов
МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
МДК.01.03	Основы теории коммуникации
УП. 01.01	Учебная практика
ПП. 01.01	Производственная практика (по профилю специальности)
ПМ.01.Э	Экзамен по модулю
ПМ. 02	**Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**
МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
УП. 02.01	Учебная практика
ПП.02.01	Производственная практика (по профилю специальности)
ПМ.02.Э	Экзамен по модулю
ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**
МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет
МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
УП. 03.01	Учебная практика
ПП.03.01	Производственная практика (по профилю специальности)
ПМ.03.Э	Экзамен по модулю
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений
МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки
МДК.04.03	История изобразительного искусства

УП. 04.01	Учебная практика
ПП.04.01	Производственная практика (по профилю специальности)
ПМ.04.Э	Экзамен по модулю
ПМ.05	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
МДК.05.01	Выполнение работ по должности служащего "Агент рекламный"
УП. 05.01	Учебная практика
ПП.05.01	Производственная практика (по профилю специальности)
ПМ.05.Э	Экзамен по модулю

Приложение 3

Материально-техническое обеспечение и оснащение образовательного процесса

Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений для реализации образовательной программы	Оснащённость учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений для реализации образовательной программы	Доступ к информационным системам и информационно – телекоммуникационным сетям	Сведения об электронных образовательных ресурсах
1	2	3	4	5
Профессиональная подготовка				
Социально-гуманитарный учебный цикл				
История России	«Социально-гуманитарных дисциплин»	- учебная доска; - рабочие места по количеству обучающихся; - наглядные пособия; - рабочее место преподавателя; - техническими средствами обучения: персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением; - мультимедийный проектор; - мультимедийный экран; - лазерная указка; - средства аудиовизуализации. Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
Иностранный язык	«Иностранного (Английского) языка»	- организации рабочего места преподавателя; - организации рабочих мест обучающихся. Технические средства обучения: - компьютер с лицензионным программным обеспечением; - мультимедиа проектор; - телевизор с видеомагнитофоном; - комплекты кинофильмов,	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

		кинофрагментов, видеофильмов; -компьютерные программы; -DVD плеер; - фотоаппарат; Оборудование лингафонного кабинета (при наличии). Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120		
Физическая культура	«Спортивный зал»	-спортивный зал; - раздевалка мужская - раздевалка женская; - душ мужской – 2 - душ женский - 2 - Спортивный инвентарь: - Шведская стенка – 3шт. - Турник навесной – 2 шт. - Скамейка гимнастическая - Мат гимнастический – 8шт. - Ферма баскетбольная – 2шт. - Щит баскетбольный – 2шт. - Кольцо баскетбольное – 4шт. - Сетка баскетбольная – 4шт. - Сетка на окна - 8 шт. - Мяч волейбольный – 15шт. - Мяч баскетбольный – 21шт. - Гиря 24кг – 2шт. - Тумба гимнастическая - 1 - Гантели 2кг – 4шт. - Ковер гимнастический – 11шт. - Мяч футбольный – 5шт. - Ракетка бадминтон – 6шт. - Набор для настольного тенниса-3 шт. - Обруч гимнастический – 4шт. - Дартс - 2шт - Мяч теннисный – 9шт. - Шахматы – 4шт. - Шашки – шт.3 - Насос – 2шт. - Скакалка – 5шт. - Аэротарелка – 2шт. - Стеллаж для мячей - Конус – 4шт.	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

		- 30. Стенд – 9шт. 31. Вешалка в раздевалке – 9шт. 32. Скамейка в раздевалках - 14 шт. 36. Стол теннисный – 2 шт. 37. Табло счета - 1шт.		
Основы бережливого производства	«Социально-экономических дисциплин»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя; - доска магнитная учебная; - книжный шкаф – 2 шт. - кафедра настольная; - тумбы – 2 шт. - стенды; - дидактический материал; - видеофильмы Технические средства обучения: - Телевизор Toshiba, - видеомагнитофон Samsung, - компьютер Норбел с529501ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
Основы финансовой грамотности	«Социально-гуманитарных дисциплин»	- учебная доска; - рабочие места по количеству обучающихся; - наглядные пособия; - рабочее место преподавателя; - техническими средствами обучения: персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением; - мультимедийный проектор; - мультимедийный экран; - лазерная указка; - средства аудиовизуализации. Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

Безопасность жизнедеятельности	«Безопасности жизнедеятельности и охраны труда» «Стрелковый тир»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя; - доска магнитная учебная; - книжный шкаф – 1 шт. - тумбы – 3 шт. - стенды; - дидактический материал; - ВПХР с индикаторными трубками; - дозиметр ДП -5В (учебный) - дозиметр индивидуальный - компас-азимут - костюм защитный ОЗК - носилки санитарные (тканевые) - огнетушитель МИГ ОП -4 (з) ФторПАВ - огнетушитель МИГ ОП-4 (з) АВСЕ - огнетушитель углекислотный с раструбом ОУ-3 В,С,Е - противогаз ГП-7 - респиратор - сумка санитарная с укладкой - Т10 «Максим 1-01» тренажер сердечно-легочный и мозговой реанимации (пружинно – - механический манекен) - Технические средства обучения: - компьютер Forum AMD Athlon x2 250/2Gb HDD, - проектор Casio xj-v100w, - мышь 3D Optical Mouse, - монитор Compaq wf1909, - клавиатура Logitech Internet 350 Keyboard, - колонки Sven sps-699, - принтер HP LaserJet 1022 - экран - «Стрелковый тир» (электронный) - -макет оружия ПМ - макет оружия АК -74 - устройство отработки прицеливания;	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

		- компьютер - монитор - клавиатура - -мышь - Колонки - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard - k120		
Основы финансовой грамотности	«Основ финансовой грамотности»	- учебная доска; - рабочие места по количеству обучающихся; наглядные пособия; - рабочее место преподавателя; - техническими средствами обучения: - персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением; - мультимедийный проектор; - мультимедийный экран; - лазерная указка; - средства аудиовизуализации. Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
Общепрофессиональный цикл				
Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	«Основ композиции, рисунка, живописи в рекламе»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер, - проектор; - натюрмортный фонд, включающий муляжи, предметы быта, драпировки, гипсовые слепки; - наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты). Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100,	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

		- монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120		
История экранных искусств	«Истории экранных искусств»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер, - проектор - наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты). Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
Информационные технологии в профессиональной деятельности	«Информационных технологий в профессиональной деятельности»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя; - доска магнитная учебная; - книжный шкаф – 2 шт. - кафедра настольная; - тумбы – 2 шт. - стенды; - дидактический материал; Технические средства обучения: 15 компьютеров Норбел с426787ц, принтер Hewlett-Packard LaserJet M1005 MFP, 15 клавиатур HP KU 0316, 15 мышей HP M-U0031-O, 15 мониторов Benq GW2470- T, проектор Acer, колонки Sven SPS 702, экран Учебное программное обеспечение	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

Дизайн и макетирование рекламной продукции	«Дизайна и макетирования рекламной продукции»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер; - проектор; - наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты, образцы рекламных объявлений). Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
Психология в рекламе	«Психологии в рекламе»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер, - проектор - наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты). Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
Русский язык и культура речи	«Социально-гуманитарных дисциплин»	- учебная доска; - рабочие места по количеству обучающихся; - наглядные пособия; - рабочее место преподавателя; - техническими средствами обучения: персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением;	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

		- мультимедийный проектор; - мультимедийный экран; - лазерная указка; - средства аудиовизуализации. Технические средства обучения: - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120		
Профессиональный цикл				
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта МДК.01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов МДК.01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий МДК.01.03 Основы теории коммуникации	«Маркетинговых исследований»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер, - проектор - наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты). Технические средства обучения: принтер Hewlett-Packard LaserJet M1005 MFP, проектор Acer, колонки Sven SPS 702, экран - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных МДК.02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных	«Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер, - проектор - наглядные пособия (схемы, таблицы,	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

кампаний, акций и мероприятий МДК.02.02 Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		плакаты). Технические средства обучения: - принтер Hewlett-Packard LaserJet M1005 MFP, - проектор Acer, - колонки Sven SPS 702, - экран - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120		
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет МДК.03.01 Стратегии продвижения бренда в сети Интернет МДК.03.02 Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	«Маркетинговых исследований»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер, - проектор - наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты). Технические средства обучения: принтер Hewlett-Packard LaserJet M1005 MFP, проектор Acer, колонки Sven SPS 702, экран - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях МДК.04.01	«Дизайна и макетирования рекламной продукции»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер,	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru

Разработка творческих рекламных решений МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки МДК.04.03 История изобразительного искусства		- проектор - наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты). Лаборатории «цифровых коммуникационных технологий», «компьютерной графики», «видеостудия», «фотостудия». Технические средства обучения: принтер Hewlett-Packard LaserJet M1005 MFP, проектор Acer, колонки Sven SPS 702, экран - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, клавиатура Logitech Keyboard k120		
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих МДК.05.01 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»	«Маркетинговых исследований»	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя - учебно-наглядные пособия: - комплект учебно-методических пособий (учебники и учебные пособия, тестовые задания, методические рекомендации по оценке качества подготовки обучающихся); - компьютер, - проектор - наглядные пособия (схемы, таблицы, плакаты). Технические средства обучения: принтер Hewlett-Packard LaserJet M1005 MFP, проектор Acer, колонки Sven SPS 702, экран - компьютер Норбел с517654ц, - мышь Logitech B100, - монитор Benq GW2470-T, - клавиатура Logitech Keyboard k120	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
Самостоятельная работа обучающихся	Библиотека, читальный зал с выходом в интернет	- рабочие места по количеству обучающихся; - рабочее место преподавателя	- 1С Pro - Доступ к сети Интернет	https://www.biblio-online.ru
Актовый зал	Актовый зал	- Экран настенный ScreenMedia,	-	

	(125480, г. Москва, ул. Вилиса Лациса, д.6., корп. 1); Актовый зал (105005, г. Москва, ул. Радио, д.22)	- проектор Benq SP840, - Монитор LG E1910TW, - микрофон проводной ArthurForty AF-909, - радиосистема SHURE E-8004, - Wi-Fi роутер Asus RT-N16, - ресивер YAMAHA RX-V371, - Аудиосистема на 4 колонки, - - Радиомикрофон 4-шт.		