

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

42.02.01 Реклама

базовая подготовка

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

Digital 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 2021г.

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.
- планирование и проведение рекламной кампании в онлайн среде и социальных сетях;
- работа с инструментами таргетированной рекламы;
- перевод потенциальных клиентов из офлайн среды в онлайн;
- применение современных digital технологий в проектировании рекламной деятельности;
- использование особенностей digital дизайна.

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.

ПК 6.1. Владеть методами проектирования Интернет-контента и SEO-продвижения.

ПК 6.2. Ориентироваться в среде новых медиа, знать систему медиапланирования и применять с учетом особенностей аудитории в интернет.

ПК 6.3. Владеть технологиями формирования бренда в Интернет и социальных медиа, создавать комплексную стратегию цифрового продвижения и уметь анализировать существующие Digital Branding стратегии.

ПК 6.4. Владеть технологиями создания и проведения онлайн-мероприятий, знать специальные платформы, понимать воронку продаж и выстраивать работу с удалённой командой.

ПК 6.5. Разбираться в ключевых инструментах мобильного маркетинга и с их помощью вовлекать клиентов в коммуникацию с брендом.

ПК 6.6. Знать основные виды интернет рекламы и уметь продвигать рекламный продукт 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, 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.