Нестеренко Ирина Юрьевна
Подписано цифровой подписью: Нестеренко Ирина Юрьевна
Дата: 2026.10.07 13:59:09 +05'00'

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ПРОФСОЮЗОВ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛНЫХ ОТНОШЕНИЙ»

УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИИНСТИТУТ

СОГЛАСОВАНА

Захарова Л. Т
специалист по связям с общественностью
ФГБУ ФЦССХ Минздрава России (Челябинск)

_____

22 сентября 2026 г.

УТВЕРЖДЕНА
Ученым советом Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО»
от «22» сентября 2026 г. протокол № 28

СОГЛАСОВАНА
Председатель Ученого совета
_____ И.Ю. Нестеренко

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ – ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ: 42.02.01 РЕКЛАМА

КВАЛИФИКАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА: СПЕЦИАЛИСТ ПО РЕКЛАМЕ

ГОД НАЧАЛА ПОДГОТОВКИ: 2026

Кафедра: ОБЩЕСТВЕННЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН
Факультет: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

Заведующий кафедрой ОиГД
_____ О.В. Зубкова

«22» сентября 2026 г.

Декан социально-экономического факультета
_____ К.Е. Бардин

«22» сентября 2026 г.

Раздел 1. Общие положения

1.1. Настоящая основная образовательная программа среднего профессионального образования (далее – ООП СПО) по специальности 42.02.01 Реклама разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552, зарегистрированного в Минюсте Российской Федерации 22 августа 2023 г., регистрационный № 74908, (далее - ФГОС СПО).

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

ООП разработана для реализации образовательной программы на базе среднего общего образования.

Образовательная программа, реализуемая на базе основного общего образования, разрабатывается образовательной организацией на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и ФГОС СПО с учетом получаемой специальности и настоящей ООП СПО.

1.2. Нормативные основания для разработки ООП:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Минобрнауки России от 08 апреля 2021 г. № 153 «Об утверждении Порядка разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ»;
- приказ Минобрнауки России от 21 июля 2023 г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии 42.02.01 Реклама» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2023 г., регистрационный № 74908);
- приказ Минобрнауки России от 28 августа 2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- приказ Минобрнауки России от 08 ноября 2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- устав образовательного учреждения профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений» (далее – Академия);

- положение о филиале – Уральском социально-экономическом институте (филиал) (далее – Институт);
- локальные акты Академии и Института.

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ПООП:

ФГОС СПО – Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования;
ООП –основная образовательная программа;
ППССЗ - программа подготовки специалистов;
среднего звена
МДК – междисциплинарный курс;
ПМ – профессиональный модуль;
ОК – общие компетенции;
ПК – профессиональные компетенции;
ЛР – личностные результаты;
ГИА – государственная итоговая аттестация;
СГЦ-Социально-гуманитарный цикл
ОП-Общепрофессиональный цикл
ПЦ-Профессиональный цикл

Раздел 2. Общая характеристика образовательной программы

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: специалист по рекламе.

Формы получения образования: допускается только в профессиональной образовательной организации или образовательной организации высшего образования.

Формы обучения: очная

Сроки получения СПО по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки в очной форме обучения и присваиваемая квалификация приводятся в Таблице 1.

Таблица 1

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	Наименование квалификации базовой подготовки	Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки в очной форме обучения
среднее общее образование	Специалист по рекламе	1 год 10 месяцев
основное общее образование	Специалист по рекламе	2 года 10 месяцев*

*Образовательные организации, осуществляющие подготовку специалистов среднего звена на базе основного общего образования, реализуют федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования в пределах ППССЗ, в том числе с учетом получаемой специальности СПО.

Сроки получения СПО по ППССЗ базовой подготовки независимо от применяемых образовательных технологий увеличиваются:

а) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья - не более чем на 1 год.

Воспитание обучающихся при освоении ими образовательной программы осуществляется на основе включаемых в образовательную программу рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, разрабатываемых и утверждаемых с учетом включенных в основную образовательную программу рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

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

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

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

Раздел 4. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена

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

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

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

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими видам деятельности:

1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

2. 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.

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

3. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

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

4. 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.

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

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

Раздел 5. Структура и объем образовательной программы

Структура образовательной программы	Объем образовательной программы, в академических часах
Дисциплины (модули)	Не менее 1476
Практика	Не менее 432
Государственная итоговая аттестация	216
Общий объем образовательной программы:	
на базе среднего общего образования	2952
на базе основного общего образования, включая получение среднего общего образования на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования	4428

ППССЗ включает:

- социально-гуманитарный цикл;
- общепрофессиональный цикл;
- профессиональный цикл.

5.1. Учебный план

ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА

СО.1. Базовые дисциплины

СО.1.01. Литература
СО.1.02. Иностранный язык
СО.1.03. История
СО.1.04. Физическая культура
СО.1.05. Основы безопасности и защиты Родины
СО.1.06. Физика
СО.1.07. Химия
СО.1.08. Биология
СО.1.09. География
СО.1.10. Информатика

СО.1.11. Математика

СО.2. Углубленный уровень

СО.2.01. Русский язык

СО.2.02. Обществознание

СО.3. Индивидуальный проект

СО.3.01. Индивидуальный проект

УДД. Учебные дисциплины дополнительные

УДД.01. Экономика / Не школьная математика

УДД.02. Право / Информатика в профессии

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА

СГЦ. Социально-гуманитарный цикл

СГЦ.01. История России

СГЦ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности

СГЦ.03. Безопасность жизнедеятельности

СГЦ.04. Физическая культура

СГЦ.05. Основы бережливого производства

СГЦ.06. Основы финансовой грамотности

ОПЦ. Общепрофессиональный цикл

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

ОП.08. Менеджмент

ОП.11. Бизнес-планирование

ОП.12. Конфликтология

ОП.16. Полный цикл рекламного производства

ОП.04. Экономика организации

ОП.18. Правовое обеспечение рекламной деятельности

ОП.13. Копирайтинг

ОП.14. Статистика

ОП.15. Основы теории коммуникаций

ПЦ. Профессиональный цикл

ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

МДК.01.01. Поведение потребителей

МДК.01.02. Маркетинг в рекламе

УП.01.01. Учебная практика

ПП.01.01. Производственная практика

ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

МДК.02.01. Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний
МДК.02.02. Медиапланирование и медиабаинг
УП.02.01. Учебная практика
ПП.02.01. Производственная практика

ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых и коммуникационных технологий
МДК.03.01. Цифровой маркетинг
МДК.03.02. Коммуникационные инструменты интернет-среды
УП.03.01. Учебная практика
ПП.03.01. Производственная практика

ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
МДК.04.01. Художественное проектирование рекламного продукта
МДК.04.02. Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта
МДК.04.03. Производство рекламного продукта
УП.04.01. Учебная практика
ПП.04.01. Производственная практика

Государственная итоговая аттестация:
Демонстрационный экзамен

5.2. Практика

Практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. При реализации ППССЗ предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная.

Учебная практика и производственная практика проводятся Институтом при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализовываются концентрированно.

Цели и задачи, программы и формы отчетности определены Институтом по каждому виду практики.

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся, в структурных подразделениях Института(отдел маркетинга, Медиацентр).

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами

соответствующих организаций (начальника отдела маркетинга Института, руководителем Медиацентра Института).

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

6.1. Сведения о материально-техническом оснащении образовательной программы.

Институт осуществляет образовательную деятельность по реализации образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии с действующими санитарными нормами и правилам.

Требования к условиям реализации образовательной программы включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому, учебно-методическому обеспечению, к организации воспитания обучающихся, кадровым и финансовым условиям реализации образовательной программы.

Общесистемные требования к условиям реализации образовательной программы:

Институт располагает на праве собственности или ином законном основании материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов учебной деятельности обучающихся, включая проведение демонстрационного экзамена, предусмотренных учебным планом, с учетом ПОП.

Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению реализации образовательной программы:

а) специальные помещения представляют собой учебные аудитории, лаборатории, мастерские, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации, помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы;

б) все виды учебной деятельности обучающихся, предусмотренные учебным планом, включая промежуточную и государственную итоговую аттестацию, обеспечены расходными материалами;

в) помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации (при наличии);

г) допускается замена оборудования его виртуальными аналогами;

д) Институт обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства;

е) при использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд Института печатными изданиями из расчета не менее 0,25

экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику;

ж) в качестве основной литературы образовательная организация использует учебники, учебные пособия, предусмотренные ППССЗ;

з) Институт располагает электронной информационно-образовательной средой, вследствие чего допускается замена печатного библиотечного фонда с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся к цифровой (электронной) библиотеке;

и) обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости);

к) обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными учебными изданиями, адаптированными при необходимости для обучения указанных обучающихся;

л) образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям), видам практики, видам государств

6.2. Язык реализации образовательной программы.

Реализация ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама осуществляется Институтом на государственном языке Российской Федерации.

6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы.

Реализация образовательной программы обеспечена педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: 11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет);

Квалификация педагогических работников Института отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме

стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: 11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия, а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника;

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: 11. Средства массовой информации, издательство и полиграфия, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы не менее 25 процентов.

6.4. Требование к финансовым условиям реализации образовательной программы.

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже определенного в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации".

6.5. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной программы.

Качество образовательной программы определяется в рамках системы внутренней оценки.

В целях совершенствования образовательной программы Институт при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной программы привлекает работодателей и их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Института.

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

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по каждой дисциплине и профессиональному модулю разработаны Институтом самостоятельно и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ППССЗ (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) созданы фонды оценочных средств, позволяющие оценить умения, знания, практический опыт и освоенные компетенции.

Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам и междисциплинарным курсам в составе профессиональных модулей разработаны ППС Института и утверждены заместителем директора Института по УВР, а для промежуточной аттестации по профессиональным модулям и для

государственной итоговой аттестации – разработаны ППС Института и утверждены заместителем директора Института по УВР после предварительного положительного заключения работодателей.

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

оценка уровня освоения дисциплин;

оценка компетенций обучающихся.

Для юношей предусматривается оценка результатов освоения основ военной службы.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план.

Государственная итоговая аттестация включает демонстрационный экзамен.

Формы аттестации по учебным предметам, дисциплинам (модулям) и междисциплинарным курсам, практикам, государственной итоговой аттестации представлены в учебном плане образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.