

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
«КРАСНОДАРСКИЙ АРХИТЕКТУРНО - СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО
ПРОГРАММЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА
базовой подготовки
42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника:
Специалист по рекламе

Нормативный срок освоения: 3 года 10 месяцев

Форма обучения: очная

2016 г.

Согласовано:

Директор

Южного регионального центра
маркетинговых коммуникаций

Панчехин В. М.



дата утверждения 2016 г.

Утверждена

директор ГБПОУ КК
«КАСТ»

Хабаров А. П.

подпись

« »

дата утверждения 2016 г.

Согласовано:

Администратор ООО «Platzkart»

Подкопаев В.А.



дата утверждения 2016 г.

Согласовано:

Директор Южно-Российского
Центра рекламы «Краснодар»

ООО «Триада»

Ананенко А.А.



дата утверждения 2016 г.

Рассмотрена на заседании педагогического совета
Протокол № 1 от 31.08.2016 г.

Организация-разработчик:
ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум»

Разработчики:

Демидова Т.В., заместитель директора техникума по УПР.

Яковенко И.А. заместитель директора техникума по УР.

Богданова Е.Ю. заведующая архитектурным отделением

Иванова Н.С. методист.

Неговорова И.В. председатель УМО преподавателей филологических дисциплин.

Забуга Е.Н. председатель УМО преподавателей юридических дисциплин.

Александрова Л.П. председатель УМО преподавателей экономических и бухгалтерских дисциплин.

Зейно В.О. председатель УМО преподавателей гуманитарных и социально - экономических дисциплин.

Планида С.И. председатель УМО преподавателей математических и естественно - научных дисциплин.

Рехерт З.А. председатель УМО преподавателей архитектурных специальностей.

Тищенко В.Л. председатель УМО преподавателей рекламных дисциплин.

Гордеева М.Н. председатель УМО преподавателей графических дисциплин.

Занора И.А. председатель УМО преподавателей компьютерных дисциплин.

Апкарров Р.С. председатель УМО преподавателей по физвоспитанию, ОБЖ, БЖ.

Оглавление

1. Общие положения	6
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников и требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена.....	8
2.1. Характеристика профессиональной деятельности выпускников	8
2.2. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена	9
3. Характеристика подготовки выпускников по специальности	
3.1. Нормативные сроки освоения программы	11
3.2. Требования к поступающим	11
3.3. Перечень возможных сочетаний профессий рабочих, должностей служащих по Общероссийскому классификатору профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОК016-94):	11
4. Рабочий учебный план	11
5. Обоснование вариативной части ОПОП.....	12
5.1. Распределение объема часов вариативной части между циклами ОПОП СПО ПССЗ	12
6. Перечень программ учебных дисциплин, профессиональных модулей, практик и т.д.....	22
7. Контроль и оценка результатов освоения опоп спо пссз	35
7.1. Контроль и оценка освоения основных видов профессиональной деятельности, профессиональных и общих компетенций	25
7.2. Требования к выпускным квалификационным работам.....	26
7.3. Организация государственной итоговой аттестации выпускников	28

1. Общие положения

1.1. Нормативно-правовые основания разработки основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена базовой подготовки по специальности: 42.02.01 Реклама.

ОПОП СПО ППССЗ определяет объем и содержание образования, планируемые результаты освоения образовательной программы, условия образовательной деятельности по реализации образовательной программы подготовки специалистов среднего звена по специальности:

42.02.01 Реклама, профессии ПС: 20032 Агент рекламный.

Нормативную правовую основу разработки ПООП СПО ППССЗ составляют:

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

- Закон Краснодарского края от 16 июля 2013 года №2770-КЗ «Об образовании в Краснодарском крае»;

- Приказ Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама" (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 N 32859);

- Приказ Минобрнауки России от 17.05.2012 N 413 (ред. от 31.12.2015) "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 07.06.2012 N 24480).

- Концепция преподавания русского языка и литературы в Российской Федерации (утв. распоряжением Правительства РФ от 9 апреля 2016 г. N 637-р).

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 июня 2013 г. N 464 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования"(ред. от 15.12.2014) (Зарегистрировано в Минюсте России 30.07.2013 N 29200);

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.04.2013 N 291 "Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 14.06.2013 N 28785);

- Приказ Минобрнауки России от 16.08.2013 N 968 "Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования"(ред. от 31.01.2014) (Зарегистрировано в Минюсте России 01.11.2013 N 30306);

"Методические рекомендации по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы в образовательных организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена" (направлены письмом Минобрнауки России от 20.07.2015 N 06-846);

- Письма Министерства образования и науки Российской Федерации и ФГАУ ФИРО №12-696 «О разъяснениях по формированию учебного плана ОПОП НПО и СПО» от 20 октября 2010 г. («Разъяснения по формированию учебного плана основной профессиональной образовательной программы начального профессионального образования и среднего профессионального образования с приложением макета учебного, плана с рекомендациями по его заполнению»);

- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификации в целях разработки проектов профессиональных стандартов». Зарегистрирован в Минюсте 27 мая 2013, № 28534;

ПООП СПО ППСЗ разработана с учетом:

Приказа Минтруда России от 04.08.2014 N 533н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации" (Зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2014 N 34035), приказа Минтруда России от 22.12.2014 N 1077н "Об утверждении профессионального стандарта "Фотограф" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.02.2015 N 36020)

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников и требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена

2.1. Характеристика профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности выпускников:

организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объекты профессиональной деятельности выпускников:

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.

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

2.2. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена

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

Код	Наименование общих компетенций
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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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 (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

Основные виды профессиональной деятельности и профессиональные компетенции

Код	Наименование видов профессиональной деятельности и профессиональных компетенций
ВПД 1	Разработка и создание дизайна рекламной продукции
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.
ВПД 2	Производство рекламной продукции.
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ВПД 3	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ВПД 4	Организация и управление процессом изготовления 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.
ВПД 5	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

3. Характеристика подготовки выпускников по специальности

3.1. Нормативные сроки освоения программы

Нормативный срок освоения программы при очной форме получения образования:

– на базе основного общего образования – 3 года 10 месяцев.

3.2. Требования к поступающим

Требования к уровню образования: основное общее образование

Требования к индивидуальным особенностям специалиста:

ответственность, честность, физическая выносливость, развитая долговременная память, объёмный и линейный глазомер, хорошая зрительно-двигательная координация, умение концентрировать внимание.

3.3. Перечень возможных сочетаний профессий рабочих, должностей служащих по Общероссийскому классификатору профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОК016-94):

20032 Агент рекламный

4. Рабочий учебный план

5. Обоснование вариативной части ОПОП

5.1. Распределение объема часов вариативной части между циклами ОПОП СПО ППССЗ

Вариативная часть обязательной учебной нагрузки обучающихся в количестве 928 аудиторных часов, с учетом требований работодателей и повышения качества освоения образовательной программы распределена по учебным циклам следующим образом: ОГСЭ.00 Общий гуманитарный и социально-экономический цикл - 36 часов, ОП.00 Общепрофессиональные дисциплины - 232 часа, ПМ.00 Профессиональные модули - 660 часов.

Вариативная часть на учебный цикл ОГСЭ.00 Общий гуманитарный и социально-экономический цикл распределена на дисциплину ОГСЭ. 05 Основы бюджетной грамотности - 36 часов.

Вариативная часть на учебный цикл ОП.00 Общепрофессиональные дисциплины в количестве 232 часов, распределены на увеличение дисциплины ОП.03 История изобразительного искусства - 4 часа и на добавление новых дисциплин: ОП.06 Стандартизация и сертификация - 44 часа, ОП.07 Сервисная деятельность - 36 часов, ОП.08 Психология рекламы - 68 часов, ОП.09 Документационное обеспечение профессиональной деятельности - 36 часов, ОП.10 История рекламы - 44 часа.

Вариативная часть на учебный цикл ПМ.00 Профессиональные модули в количестве 660 часов, распределены на ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции - 98 часов (в т.ч. МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта - 44 часа, МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта - 54 часа), ПМ.02 Производство рекламной продукции 446 часа (в т.ч. МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале - 124 часа, МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа - 150 часов, МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии - 96 часов, МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео - 76 часов), ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламно-

го продукта - 22 часа (в т.ч. МДК.03.01 Маркетинг в рекламе - 22 часа), ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта - 26 часов (МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности - 26 часов), ПМ.05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный - 68 часов (в т.ч. МДК.05.01 Выполнение работ по профессии Агент рекламный - 68 часов).

5.1. Распределение объема часов вариативной части между циклами ОПОП СПО ПССЗ

Индекс	Наименование циклов (раздела), требования к знаниям, умениям, практическому опыту	Всего максимальной учебной нагрузки обучающегося, час.	Обязательная учебная нагрузка, час.	Документ, подтверждающий обоснованность вариативной части
1	2	3	4	5
ОГСЭ.00	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл	54	36	ФГОС
ОГСЭ.05	В результате изучения дисциплины «Основы бюджетной грамотности» обучающийся должен Знать: -основные цели социально-экономической политики государства; -экономические свободы граждан; -возможности участия гражданина в укреплении финансовой стабильности государства; -кредит: необходимость, сущность и основные формы; -банки и виды их деятельности; -способы управления кредитными ресурсами; -государственный бюджет и бюджетную политику государства; -причины и следствия возникновения государственного долга; -источники семейных доходов; -семейные расходы и закономерности их изменения; -инфляция и семейная экономика; -фискальную политику государства и виды налогов; -социальное обеспечение и социальная помощь;	54	36	Письмо Минобрнауки РФ Об образовательных программах и методических материалах в сфере бюджетной грамотности от 28.07.2014г., № АК-1989/06

	<i>-забота об окружающей среде, как социально-экономический процесс.</i>			
ОП.00	Общепрофессиональный цикл	348	232	ФГОС
ОП.03	В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине «История изобразительного искусства» знать: <i>-характерные особенности стилевых направлений</i>	6	4	Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии
ОП.06	В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине «Стандартизация и сертификация»: уметь: <i>- работать с рекламой в средствах массовой информации;</i> <i>-проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.</i> знать: <i>-основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.</i>	66	44	Анкета от работодателей, решение заседания круглого стола с работодателями (протокол № 1 от 25.06.2013)
ОП.07	В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине «Сервисная деятельность»: уметь: <i>- выполнять работу в пределах поставленной задачи;</i> <i>- использовать теоретические знания в профессиональной деятельности;</i> <i>- применять полученные знания при планировании рекламных кампаний предприятий сферы услуг;</i> <i>- применять на практике основные положения нормативных документов, регулирующих работу предприятий сферы услуг;</i> <i>- формировать основной пакет услуг для разного вида предприятий сферы обслуживания;</i> <i>-планировать рекламную компанию для организаций сферы услуг.</i> знать: <i>- принципы и задачи современного сервиса;</i> <i>- организационную структуру со-</i>	54	36	Анкета от работодателей, решение заседания круглого стола с работодателями (протокол № 1 от 25.06.2013); Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.

	<p><i>временного сервиса;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>стандарты обслуживания;</i> - <i>основные нормативные документы, регулирующие работу предприятия сферы услуг;</i> - <i>принципы, функции и концепции маркетинга услуг.</i> 			
ОП.08	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине «Психология рекламы»:</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>выполнять работу в пределах поставленной задачи;</i> - <i>использовать теоретические знания в профессиональной деятельности;</i> - <i>формировать образ товара;</i> - <i>использовать в рекламном тексте техники манипулирования;</i> - <i>анализировать эффективность психологического воздействия рекламы;</i> -разрабатывать рекламные сообщения в соответствии с особенностями психологического воздействия. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>структурные единицы рекламных текстов различных видов и жанров;</i> - <i>понятие, функции, цели и виды рекламы;</i> - <i>когнитивные, поведенческие и эмоциональные аспекты рекламного воздействия;</i> - <i>структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела;</i> - <i>теорию и методику психологического анализа рекламы;</i> - <i>основы делового общения;</i> - <i>основы имеджологии.</i> 	102	68	<p>Анкета от работодател ей, решение заседания круглого стола с работодателями (протокол № 1 от 25.06.2013); Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.</p>
ОП.09	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине «Документационное обеспечение рекламной деятельности»:</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>оформлять документацию в соответствии с нормативной ба-</i> 	54	36	<p>Анкета от работодател ей, решение заседания круглого стола с работодателями (прото-</p>

	<p>зой, используя информационные технологии; -осуществлять автоматизацию обработки документов;</p> <p>-осуществлять хранение и поиск документов;</p> <p>-составлять документы, в частности, договоры, с учетом основных положений рекламного законодательства Российской Федерации.</p> <p>знать:</p> <p>-понятие, цели, задачи и принципы делопроизводства;</p> <p>-основные понятия документационного обеспечения управления; этапы работы с клиентом и их документальное сопровождение; - производственную документацию рекламной фирмы;</p> <p>-требования к составлению и оформлению документов;</p> <p>-организацию документооборота: прием, обработку, регистрацию, контроль, хранение документов;</p> <p>-основы договорного и обязательного права.</p>			кол № 1 от 25.06.2013)
ОП.10	<p>В результате изучения вариативной части цикла обучающийся должен по дисциплине «История рекламы»:</p> <p>уметь:</p> <p>- выполнять работу в пределах поставленной задачи;</p> <p>- использовать теоретические знания в профессиональной деятельности;</p> <p>- применять продуктивные приемы речевого воздействия при разработке рекламного сообщения;</p> <p>- использовать культурные традиции стран для увеличения воздействия рекламы.</p> <p>знать:</p> <p>- историю развития рекламной деятельности в различных странах;</p> <p>- традиционные способы рекламирования;</p> <p>- цели и виды рекламы в зависимо-</p>	66	44	Анкета от работодателей; Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии

	<p><i>сти от эпохи;</i> - истоки формирования понятия «реклама»; -национальные особенности рекламы; -развитие рекламного бизнеса в Краснодарском крае.</p>			
ПМ.00	Профессиональные модули	990	660	ФГОС
ПМ.01	В результате изучения вариативной части профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» обучающийся должен:	147	98	
МДК.01.01	<p>«Художественное проектирование рекламного продукта»: уметь: -осуществлять рекламное моделирование; -выполнять графические техники трансформации объема, оптических иллюзий и цветовых гармоний; -выполнять художественного проектирования рекламного продукта; -выполнять эскизы композиционного решения рекламного продукта; - обрабатывать иллюстративный материал. знать: -законы и средства композиции на плоскости и в рельефе; -правила использования цвета в декоративной композиции.</p>	66	44	Анкета от работодател ей; Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.
МДК.01.02	<p>«Разработка творческой концепции рекламного продукта»: уметь: - анализировать и обобщать теоретические и прикладные подходы к рекламной деятельности; - создавать различные компоненты рекламного текста; применять продуктивные приемы речевого воздействия при разработке рекламного сообщения; - разрабатывать товарные знаки и логотипы рекламируемых фирм; - подбирать составляющие и функциональные носители корпоративного стиля. знать: - структурные единицы рекламных текстов различных видов и жанров;</p>	81	54	Отчет ГАК;

	<ul style="list-style-type: none"> - оптимизирующие рекламные стратегии в различных сферах рекламной деятельности; - основы суггестивных языковых техник и аппеллятивных приемов в рекламном сообщении. 			
ПМ.02	В результате изучения вариативной части профессионального модуля «Производство рекламной продукции» обучающийся должен:	669	446	
МДК.02.01	<p>«Выполнение рекламных проектов в материале»</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять слоганы для наружной рекламы; - разрабатывать визуальную составляющую наружной рекламы; - использовать вид наружной рекламы в соответствии с целями рекламной кампании; - подготавливать иллюстрации и материал к печати; - осуществлять верстку печатной продукции. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные требования к наружной рекламе; - виды наружной рекламы; - оборудование и материалы, используемые для наружной рекламы; - основные виды печати 	186	124	Анкета от работодателей; Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии
МДК.02.02	<p>«Проектная компьютерная графика и мультимедиа»:</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно и целесообразно использовать компьютерные технологии в рекламной деятельности; - применять современные методы обработки и редактирования графической информации. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техника презентации; - компьютерная анимация; - компьютерная обработка растровой графики; - дизайн интернет страниц. 	225	150	Отчет ГАК;
МДК.02.03	<p>«Техника и технологии рекламной фотографии»</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обращения с фотоаппаратурой; 	144	96	Анкета от работодателей; Протокол №10 от

	<p>- самостоятельно выполнять качественные фотографии для реализации своей творческой концепции рекламного продукта;</p> <p>- применять разнообразные композиционные приемы и средства выразительности;</p> <p>-использовать все виды и возможность студийного фотоборудования; -готовить модель для рекламной фотосъемки.</p> <p>знать:</p> <p>- основы фотографии;</p> <p>-устройство фотоаппарата; методику подготовки и проведения фотосъемки.</p>			20.05.14 заседания цикловой комиссии.
МДК.02.04	<p>«Техника и технологии рекламного видео»:</p> <p>уметь:</p> <p>- использовать режиссуру и сценарное мастерство в рекламной деятельности; -грамотно излагать свой творческий замысел рекламы;</p> <p>- осуществлять свой творческий замысел рекламы в видеоролике;</p> <p>- находить соответствующие замыслу, технические решения в видеомонтаже и звукозаписи;</p> <p>-обращаться с видеоаппаратурой; -выполнять раскадровки сценария; -обработать видеоматериал. знать:</p> <p>- основы видеосъемки;</p> <p>- основы режиссуры рекламного видео; -основы видеомонтажа и обработки звука;</p> <p>-устройство видеоаппаратуры;</p> <p>- основополагающие элементы составления сценария в рекламной деятельности.</p>	114	76	Анкета от работодателей; Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии.
ПМ.03	<p>В результате изучения вариативной части профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» обучающийся должен:</p>	33	22	
МДК.03.01	<p>«Маркетинг в рекламе»: уметь:</p> <p>- продвигать товар/услугу на рынок;</p> <p>- управлять коммуникационными потоками;</p>	33	22	Анкета от работодателей; Протокол №10 от 20.05.14

	<ul style="list-style-type: none"> - применять специальные технологии PR на практике; -разрабатывать стратегии ценообразования; -планировать рекламные компании в соответствии с особенностями продукта/услуги. знать: - основные понятия и функции PR; - основы коммуникации; - управление кризисами и возможностями; - работу с основными группами общественности; -основные элементы комплекса маркетинга. 			заседания цикловой комиссии
ПМ.04	В результате изучения вариативной части профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» обучающийся должен:	39	26	
МДК.04.01	<p>«Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»:</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять стратегические и тактические планы в рекламе; - применять методы управления и принятия решений на практике; - составлять договор на оказание услуг; -разрешать конфликтные ситуации; -применять методики мотивирования сотрудников. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теории мотивации работников; - виды контроля; - виды организационной структуры предприятий; - законодательную базу, регулирующую отношения между заказчиком и 	39	26	Отчет ГАК; Протокол №10 от 20.05.14 заседания цикловой комиссии
ПМ.05	В результате изучения вариативной части профессионального модуля «Выполнение работ по рабочей профессии 20032 Агент рекламный» обучающийся должен:	102	68	
МДК.05.01	<p>«Организационная деятельность по работе с заказчиком»:</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы делового общения; - вести переговоры; 	102	68	Анкета от работодателей

	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдать правила трудового распорядка. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы организации рекламной деятельности; - нормативно-правовые акты; - основы психологии потребителя. 			
	Итого:	1392	928	

6. Перечень программ учебных дисциплин, профессиональных модулей, практик и т.д.

Индекс дисциплины, профессионального модуля, практики	Наименование циклов и программ	Номер приложения, содержащего программу ОПОП
0.00	Общеобразовательный цикл	
ОУД.01	Базовые дисциплины	
ОУД.01.01	Русский язык	
ОУД.01.02	Литература	
ОУД.01.03	Иностранный язык	
ОУД.01.04	История	
ОУД.01.05	Физическая культура	
ОУД.01.06	Основы безопасности жизнедеятельности	
ОУД.01.07	Обществознание	
ОУД.01.08	Естествознание	
ОУД.01.09	География	
ОУД.01.10	Экология	
ПД.00	Профильные дисциплины	
ПД.02.01	Математика: алгебра, начала математического анализа, геометрия	
ПД.02.02	Информатика	
ПД.02.03	Экономика	
ПД.02.04	Право	
ПОО.00	Предлагаемые ОО(дисциплины по выбору)	
ПОО.01	Кубановедение	
ОГСЭ.00	Общий гуманитарный и социально-экономический цикл	
ОГСЭ.01	Основы философии	
ОГСЭ.02	История	
ОГСЭ.03	Иностранный язык	
ОГСЭ.04	Физическая культура	
ОГСЭ.05	Основы бюджетной грамотности	
ЕН.00	Математический и общий естественнонаучный цикл	
ЕН.01	Математика	
ЕН.02	Экологические основы природопользования	
ЕН.03	Информатика	
П.00	Профессиональный цикл	

ОП.00	Общепрофессиональные дисциплины	
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	
ОП.03	История изобразительного искусства	
ОП.04	Экономика организации	
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности	
ОП.06	Стандартизация и сертификация	
ОП.07	Сервисная деятельность	
ОП.08	Психология рекламы	
ОП.09	Документационное обеспечение профессиональной деятельности	
ОП.10	История рекламы	
ПМ.00	Профессиональные модули	
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	
УП.01.01	Учебная практика	
ПП.01.01	Производственная практика (по профилю специальности)	
ПМ.01.ЭК	Экзамен квалификационный	
ПМ.02	Производство рекламной продукции	
МДК.02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	
МДК.02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	
МДК.02.03	Техника и технологии рекламной фотографии	
МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео	
УП.02.01	Учебная практика	
ПП.02.01	Производственная практика (по профилю специальности)	
ПМ.02.ЭК	Экзамен квалификационный	
ПМ.03	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	

МДК.03.01	Маркетинг в рекламе	
МДК.03.02	Правовое обеспечение рекламной деятельности	
УП.03.01	Учебная практика	
ПП.03.01	Производственная практика (по профилю специальности)	
ПМ.03.ЭК	Экзамен квалификационный	
ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	
УП.04.01	Учебная практика	
ПП.04.01	Производственная практика (по профилю специальности)	
ПМ.04.ЭК	Экзамен квалификационный	
ПМ.05	Выполнение работ по профессии Агент рекламный	
МДК.05.01	Выполнение работ по профессии Агент рекламный	
УП.05.01	Учебная практика	
ПП.05.01	Производственная практика (по профилю специальности)	
ПМ.05.ЭК	Экзамен квалификационный	
ПДП	Преддипломная практика	
ГИА	Государственная итоговая аттестация	

7. Контроль и оценка результатов освоения ОПОП СПО ПССЗ

7.1 Контроль и оценка освоения основных видов профессиональной деятельности, профессиональных и общих компетенций

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

Процедура текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по каждой дисциплине и профессиональному модулю проводится в соответствии с Положением «Формы, периодичность и порядок текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся».

Данное Положение доводится до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

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

В ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум» разработаны Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам и междисциплинарным курсам в составе профессиональных модулей, а для промежуточной аттестации по профессиональным модулям и для государственной итоговой аттестации, Фонды оценочных средств, получили предварительное положительное заключение работодателей.

Для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам (междисциплинарным курсам) кроме преподавателей конкретной дисциплины (междисциплинарного курса) в качестве внешних экспертов ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум» привлекает преподавателей смежных дисциплин (курсов). Для максимального приближения программ промежуточной аттестации обучающихся по профессиональным модулям к условиям их будущей профессиональной деятельности образовательной организацией в качестве внештатных экспертов активно привлекаются работодатели.

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.

Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом.

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 подготовку и защиту выпускной квалификационной работы (дипломная работа, дипломный проект).

Обязательное требование - соответствие тематики выпускной квалификационной работы содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

7.2. Требования к выпускным квалификационным работам.

В соответствии с ФГОС СПО выпускная квалификационная работа (далее - ВКР) является обязательной частью ГИА. ГИА включает подготовку и защиту ВКР (дипломной работы, дипломного проекта). В учебном плане на подготовку и защиту ВКР по специальности 42.02.01 Реклама отводится шесть недель, из них на подготовку ВКР - четыре недели и на защиту ВКР - две недели.

Цель защиты ВКР - установление соответствия результатов освоения студентами образовательных программ СПО, соответствующим требованиям ФГОС СПО.

Необходимым условием допуска к ГИА (подготовке и защите ВКР) является представление документов, подтверждающих освоение обучающимися общих и профессиональных компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности.

Подготовка и защита ВКР способствует систематизации, расширению освоенных во время обучения знаний по общепрофессиональным дисциплинам, профессиональным модулям и закреплению знаний выпускника по профессии или специальности при решении разрабатываемых в выпускной квалификационной работе конкретных задач, а также выяснению уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе и направлены на проверку качества полученных обучающимся знаний и умений, сформированности общих и профессиональных компетенций, позволяющих решать профессиональные задачи.

Темы ВКР определяются ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум» и отвечают современным требованиям развития высокотехнологичных отраслей науки, техники, производства, экономики, культуры и образования, иметь практико-ориентированный характер.

Обучающемуся предоставляется право выбора темы ВКР, в том числе предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. При этом тематика ВКР соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу СПО.

2.2. Перечень тем разрабатывается преподавателями ГБПОУ КК «КАСТ» и обсуждаются на заседаниях учебно – методических объединений с участием председателей ГЭК. Перечень тем согласовываются с представителями работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников в рамках профессиональных модулей.

Для подготовки ВКР студенту назначается руководитель и, при необходимости, консультанты.

2.3. Экспертиза на соответствие требованиям ФГОС, разработанных заданий на ВКР, основных показателей оценки результатов выполнения и защиты работ осуществляется на заседании учебно-методической комиссии ГБПОУ КК «КАСТ».

2.4. ВКР должна иметь актуальность, новизну и практическую значимость и выполняться, по возможности, по предложениям (заказам) предприятий, организаций, инновационных компаний, высокотехнологичных производств или образовательных организаций.

Выполненная выпускная квалификационная работа в целом должна:

- соответствовать разработанному заданию;
- включать анализ источников по теме с обобщениями и выводами, сопоставлениями и оценкой различных точек зрения;
- продемонстрировать требуемый уровень общенаучной и специальной подготовки выпускника, его способность и умение применять на практике освоенные знания, практические умения, общие и профессиональные компетенции в соответствии с ФГОС СПО.

2.5. ВКР выполняется выпускником с использованием собранных им лично материалов, в том числе в период прохождения преддипломной практики, а также работы над выполнением курсовой работы (проекта).

2.6. При определении темы ВКР следует учитывать, что ее содержание может основываться:

- на обобщении результатов выполненной ранее обучающимся курсовой работы (проекта), если она выполнялась в рамках соответствующего профессионального модуля;
- на использовании результатов выполненных ранее практических заданий.

Выбор темы ВКР обучающимся осуществляется до начала производственной практики (преддипломной), что обусловлено необходимостью сбора практического материала в период ее прохождения.

7.3. Организация государственной итоговой аттестации выпускников

В целях определения соответствия результатов освоения студентами образовательных программ среднего профессионального образования соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями, которые создаются в ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум» по каждой образовательной программе среднего профессионального образования, реализуемой образовательной организацией.

Государственная экзаменационная комиссия формируется из преподавателей ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум», имеющих высшую или первую квалификационную категорию; лиц, приглашенных из сторонних организаций: преподавателей, имеющих высшую или первую квалификационную категорию, представителей работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников.

Состав государственной экзаменационной комиссии утверждается распорядительным актом ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум».

7. Государственную экзаменационную комиссию возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность государственной экзаменационной комиссии, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам.

Председатель государственной экзаменационной комиссии утверждается не позднее 20 декабря текущего года на следующий календарный год (с 1 января по 31 декабря).

Председателем государственной экзаменационной комиссии ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум» утверждается лицо, не работающее в образовательной организации, из числа:

руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющих ученую степень и (или) ученое звание;

руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющих высшую квалификационную категорию;

ведущих специалистов - представителей работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников.

8. Руководитель образовательной организации является заместителем председателя государственной экзаменационной комиссии. В случае создания в образовательной организации нескольких государственных экзаменационных комиссий назначается несколько заместителей председателя государственной экзаменационной комиссии из числа заместителей руководителя образовательной организации или педагогических работников, имеющих высшую квалификационную категорию.

9. Государственная экзаменационная комиссия действует в течение одного календарного года.

Программа государственной итоговой аттестации, требования к выпускным квалификационным работам, а также критерии оценки знаний, утвержденные ГБПОУ КК «Краснодарский архитектурно – строительный техникум», доводятся до сведения студентов, не позднее чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.