

Общая характеристика образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника - специалист по рекламе Срок

освоения образовательной программы по очной форме:

- на базе основного общего образования- 3 года 10 месяцев;
- на базе среднего общего образования - 2 год 10 месяцев

Целью образовательной программы среднего профессионального образования является подготовка выпускника, способного решать профессиональные задачи в разработке и созданию дизайна рекламной продукции, производстве рекламной продукции, маркетинговом и правовом обеспечении реализации рекламного продукта, организации и управлении процессом изготовления рекламного продукта, выполнении работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Агент рекламный) и формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС СПО, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама

Для освоения образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалиста среднего звена абитуриент должен иметь документ государственного образца об основном общем образовании или среднем общем образовании.

Поступающий должен иметь знание базовых ценностей мировой культуры; владеть государственным языком общения, понимать законы развития природы и общества, иметь способность занимать активную гражданскую позицию и навыки самооценки, обладать знаниями как в области гуманитарных, так и математических дисциплин, желанием продолжить изучение дисциплин, а также склонность к работе на персональном компьютере. Поступающий должен быть психологически устойчив и нацелен в будущей трудовой деятельности на работу в коллективе.

Характеристика специалиста, область и объекты профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности специалиста среднего звена включает организацию и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объектами профессиональной деятельности специалистов являются:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете,

- корпоративная и имиджевая реклама, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии;
- первичные трудовые коллективы.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 42.02.01 Реклама выпускник подготовлен к следующим видам профессиональной 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 (Агент рекламный).

Требования к профессиональной подготовленности выпускника

В результате освоения образовательной программы среднего профессионального образования выпускник по специальности 42.02.01 Реклама обладает следующими компетенциями:

Общекультурными:

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. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 12. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Профессиональными:

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.

производство рекламной продукции:

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.

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.

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.

Сведения о профессорско-преподавательском составе

Реализация образовательных программ среднего профессионального

образования обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной образовательной программе, составляет не менее 20 процентов, ученую степень доктора наук (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и/или ученое звание профессора должны иметь не менее восьми процентов преподавателей.

Преподаватели профессионального цикла имеют базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 80 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, имеют ученые степени или ученые звания. К образовательному процессу привлечено не менее пяти процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

Не менее 12% процентов от общего числа преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, может быть заменено преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет.