Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Среднее профессиональное образование

Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена

специальность
42.02.01 Реклама
на базе среднего общего образования
форма обучения: очная

квалификация выпускника
специалист по рекламе

Одобрено на заседании педагогического совета:	протокол № 1 от 29.08.2024г.
Утверждено Приказом ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж	приказ № 15 от 30.08.2024г. Директор /_____/ А.А. Дроздова
Согласовано с предприятием-работодателем ООО «Эпатаж»	директор /_____/ Попова М.Ю.

2024 г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 023E64C10045B2088D40F871E1167DD018
Владелец: Дроздова Анна Александровна
Действителен: с 13.12.2024 до 13.03.2026

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Общие положения **3**
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы 3
1.2. Нормативные документы 3
1.3. Перечень сокращений 4
Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы **5**
Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника **6**
3.1. Области профессиональной деятельности выпускников 6
3.2. Профессиональные стандарты 6
3.3. Осваиваемые виды деятельности 8
Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы **9**
4.1. Общие компетенции 9
4.2. Профессиональные компетенции 12
4.3. Матрица компетенций выпускника 19
Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы **25**
5.1 Учебный план 25
5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы 26
5.3. План обучения в форме практической подготовки на предприятии (на рабочем месте) 27
5.4. Календарный учебный график 28
5.5. Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей 28
5.6. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы 29
5.7. Практическая подготовка 29
5.8. Государственная итоговая аттестация 29
Раздел 6. Условия реализации образовательной программы **30**
6.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы 30
6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 30
6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы 31
6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы 31
Приложения
Приложение 1. Учебный план. Календарный учебный график.
Приложение 2. Рабочие программы профессиональных модулей.
Приложение 3. Рабочие программы учебных дисциплин.
Приложение 4. Материально-техническое оснащение.
Приложение 5. Программа государственной итоговой аттестации.
Приложение 6. Рабочая программа воспитания.

Раздел 1. Общие положения

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Настоящая основная профессиональная образовательная программа разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 (далее – ФГОС, ФГОС СПО).

ОПОП определяет объем и содержание среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, требования к результатам освоения образовательной программы, условия реализации образовательной программы.

Основная профессиональная образовательная программа (далее – образовательная программа), реализуемая на базе основного общего образования, разработана образовательной организацией на основе требований соответствующих федеральных государственных образовательных стандартов среднего общего и среднего профессионального образования и положений федеральной основной общеобразовательной программы среднего общего образования, а также с учетом получаемой специальности среднего профессионального образования.

1.2. Нормативные документы

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

– Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552);

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования (Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762);

– Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования (Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800);

– Положение о практической подготовке обучающихся (Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020);

– Перечень профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение (Приказ Минпросвещения России от 14.07.2023 № 534);

– Перечень профессий и специальностей среднего профессионального образования, реализация образовательных программ по которым не допускается с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (приказ Минпросвещения России от 13.12.2023 N 932);

– Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 882/391 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ»;

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.11.2023 № 790н Профессиональный стандарт «Маркетолог»;

– Приказ Минтруда России от 19.02.2019 № 95н Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу»;

– Приказ Минтруда России от 19.07.2022 № 420н Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам»;

– Приказ Минтруда России от 17.01.2017 № 40н Профессиональный стандарт «Графический дизайнер»;

– Приказ Минтруда России от 22.12.2014 № 1077н Профессиональный стандарт «Фотограф»;

– Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих «Агент рекламный».

1.3. Перечень сокращений

ГИА – государственная итоговая аттестация;

ДЭ – демонстрационный экзамен;

МДК – междисциплинарный курс;

ОК – общие компетенции;

ОП – общепрофессиональный цикл;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

СГ – социально-гуманитарный цикл

ПА – промежуточная аттестация;

ПК – профессиональные компетенции;

ПМ – профессиональный модуль;

ПМн – профессиональный модуль по направленности;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

П– профессиональный цикл;

ПП- производственная практика;

ПС – профессиональный стандарт;

ТФ – трудовая функция;

УМК – учебно-методический комплекс;

УП – учебная практика;

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования

Раздел 2. Основные характеристики образовательной программы

Параметр	Данные	
Отрасль, для которой разработана образовательная программа	Искусство и креативная индустрия	
Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии)	Нет	
Специализированные допуски для прохождения практики, в том числе по охране труда и возраст до 18 лет	Не требуются	
Реквизиты ФГОС СПО	Приказ Минпросвещения России от 21.07.2023 №552 Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама	
Квалификация выпускника	Специалист по рекламе	
в т.ч. дополнительная квалификация	Агент рекламный	
Направленности	Нет	
Нормативный срок реализации на базе ООО	1 г. 10 мес.	
Нормативный объем образовательной программы на базе ООО	2952 а.ч.	
Согласованный с работодателем срок реализации образовательной программы	1 г. 10 мес.	
Согласованный с работодателем объем образовательной программы	2952 а.ч.	
Форма обучения	очная	
Структура образовательной программы	**Объем, в ак.ч.**	**в т.ч. в форме практической подготовки**
Обязательная часть образовательной программы	**1908**	396
Вариативная часть образовательной программы	**828**	252
социально-гуманитарный цикл	454	-
общепрофессиональный цикл	634	-
профессиональный цикл	1648	648
в т.ч. практика: - учебная - производственная	648 *108* *540*	648 *108* *540*
ГИА в форме в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта	**216**	
Всего	**2952**	**648**

Раздел 3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

3.1. Области профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

3.2. Профессиональные стандарты

Перечень профессиональных стандартов, учитываемых при разработке ОПОП:

№	Код и Наименование ПС	Реквизиты утверждения	Код и наименование ОТФ	Код и наименование ТФ
1	08.035 Маркетолог	Приказ Минтруда России от 04.06.2018 №366н	ОТФ A Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ A/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования ТФ A/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
2	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	Приказ Минтруда России от 19.02.2019 №95н	ОТФ A Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ B Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ C Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ E Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ A/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ B/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ B/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы ТФ C/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ E/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
3	06.013 Специалист по информационным ресурсам	Приказ Минтруда России от 19.07.2022 №420н	ОТФ A Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ B Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ A/04.4 Размещение информации на сайте ТФ B/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ B/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ B/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях

4	11.013 Графический дизайнер	Приказ Минтруда России от 17.01.2017 №40н	ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
5	11.010 Фотограф	Приказ Минтруда России от 22.12.2014 №1077н	ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра

Перечень квалификационных справочников (ЕТКС)

№	Наименование квалификационного справочника	Раздел	Профессия/ должность с указанием разряда (при наличии)	Характеристика работ/должностные обязанности
1	ЕТКС	3. Должности других служащих (технических исполнителей)	Агент рекламный	- осуществляет в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров (услуг, коммерческих идей), выполнению комплекса мер, которые направлены на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач с соблюдением этических норм рекламирования товаров (услуг); - информирует потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах (услугах, идеях), раскрывает их специфические особенности, сообщает о практическом использовании объекта рекламы, убеждая их, что именно этот товар (услуга, идея) ему нужны; - составляет и представляет в установленные сроки отчетность; - стимулирует потребителя повторно делать покупки товара и обращаться за услугами; - принимает меры по обеспечению участия потенциальных покупателей и потребителей в презентациях товаров и услуг, а также проводимых ярмарках, выставках, экскурсиях на предприятия, изготавливающие рекламируемую продукцию; - проводит разъяснительную работу среди потенциальных покупателей и потребителей товаров о гарантиях, правах и способах защиты их интересов; - устанавливает связь со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы; - изучает передовой отечественный и зарубежный опыт организации рекламной работы, освоения новых видов рекламы, обеспечивающих выделение и продвижение рекламируемого объекта на рынке товаров и услуг; - выполняет отдельные служебные поручения своего непосредственного руководителя.

3.3. Осваиваемые виды деятельности

Наименование видов деятельности	Код и наименование ПМ
Виды деятельности	
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03Продвижение 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	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
Виды деятельности по освоению одной или нескольких профессий рабочих, должностей служащих	
Организация работы по продвижению товаров (работ, услуг) среди потенциальных покупателей и потребителей	ПМ.05 Освоение профессии рабочего, должности служащего (агент рекламный)

Раздел 4. Планируемые результаты освоения образовательной программы

4.1. Общие компетенции

Код	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 и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		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, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации
		выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации
		современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и
		программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и	**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
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, выявлять

	финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	источники финансирования
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности
		определять источники достоверной правовой информации
		составлять различные правовые документы
		находить интересные проектные идеи, грамотно их формулировать и документировать
		оценивать жизнеспособность проектной идеи, составлять план проекта
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности, правовой и финансовой грамотности
		правила разработки презентации
		основные этапы разработки и реализации проекта
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
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом 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:
		правила оформления документов
		правила построения устных сообщений
		особенности социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	**Умения:**
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции
		традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
		значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять	**Умения:**
		соблюдать нормы экологической безопасности
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности

	знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	организовывать профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
		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
		правила поведения в чрезвычайных ситуациях
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 приемы 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 четко произнесенных 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

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	**Навыки:**
		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 приемы привлечения аудитории при проведении исследований использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее 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. Проводить анализ объема рынка	**Навыки:**
		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. Проводить анализ конкурентов	**Навыки:**
		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 определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Навыки:**
		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 учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**Навыки:**
		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 приемы 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 учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании

		важность учета 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	**Навыки:**
		разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
		Умения:
		составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг создавать план РК с учетом 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 приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
		Знания:
		важность учета 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
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	**Навыки:**
		аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		Умения:
		определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
		Знания:
		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	**Навыки:**
		подбора и использования оффера разработки рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения:
		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.
		Знания:
		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 учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет структуру брифа и требования к нему.
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**Навыки:**
		структуры и базовых принципов рекламного сообщения реализации рекламной кампании в сети Интернет.
		Умения:
		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 приемы 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 учетом пожеланий и профиля заказчика

		доводить информацию заказчика до ЦА использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.
		Знания:
		отраслевую терминологию важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и 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	**Навыки:**
		подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
		Умения:
		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.
		Знания:
		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 социальных сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	**Навыки:**
		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 учетом инсайта для РК.
		Умения:
		использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
		Знания:
		отраслевую терминологию важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой	**Навыки:**
		оформления текстовых и графических документов оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и

	марки/бренда/организации в сети Интернет	коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
		Умения:
		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 приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов повышать информационную наглядность сайтов создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
		Знания:
		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 учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля важность учета 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.
Освоение профессии рабочего, должности	ПК 5.1. Организация деятельности по работе с заказчиком	**Навыки:**
		Осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов Осуществления в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг Использования компьютерных технологий для обработки текстовой информации

служащего (агент рекламный)		**Умения:**
		исследовать рынок, знать конкурентов и целевую аудиторию для разработки эффективных рекламных кампаний оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком вести переговоры с заказчиками использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений
		Знания:
		правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг приемы создания и обработки изображений
	ПК 5.2. Размещение и сопровождение заказа	**Навыки:**
		Определения лучших медиаплатформ и каналов для размещения рекламы в соответствии с запросами клиента Сохранение и развитие отношений с клиентами, решение их проблем и обеспечение высокого уровня обслуживания контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта
		Умения:
		контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы работать в рекламных акциях в качестве исполнителя анализировать результаты рекламных кампаний и оценивать их эффективность
		Знания:
		современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы, актуальных медиа и digital-тенденций основные принципы маркетинга и стратегии продвижения продукции или услуг

4.3. Матрица компетенций выпускника

4.3.1. Матрица соответствия видов деятельности по ФГОС СПО, видам деятельности по запросу работодателя видам профессиональной деятельности по профессиональным стандартам, квалификационным справочникам с учетом отраслевой специфики.

Наименование ВД	Код и наименование ПК	Код проф. стандарта	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Код и наименование трудовой функции
ВД 1 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	08.035	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
	ПК 1.2 Проводить анализ объема рынка	08.035	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	08.035	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	08.035	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	08.035 06.043 06.013	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования ТФ А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ТФ А/01.4Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и	08.035 06.043 06.013	ОТФ А Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ТФ А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования ТФ А/02.6 Проведение маркетингового

	коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах		ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов	исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ТФ A/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа ТФ A/04.4 Размещение информации на сайте ТФ B/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ B/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ B/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях
ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	06.043	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ A/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ B/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ B/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы ТФ C/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ E/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	06.043	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети	ТФ A/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ B/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ B/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах

			«Интернет» ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	интернет-рекламы ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ Е/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	06.043	ОТФ А Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ В Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ С Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ D Реализация стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ Е Реализация контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ОТФ G Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ТФ А/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта ТФ В/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения ТФ В/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы ТФ С/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта ТФ D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения ТФ Е/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании ТФ G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа ТФ G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа
ВД 4 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	06.013 11.013 11.010	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и

творческих материалов на основных рекламных носителях			ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	представительств в социальных сетях ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	06.013 11.013 11.010	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	06.013 11.013 11.010	ОТФ А Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте ОТФ В Создание и редактирование информационных ресурсов ОТФ А Выполнение работ по созданию элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ОТФ А Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами	ТФ А/04.4 Размещение информации на сайте ТФ В/02.5 Создание информационных материалов для сайта ТФ В/03.5 Редактирование информации на сайте ТФ В/04.5 Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях ТФ А/01.5 Создание эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации ТФ А/03.4 Композиционное построение кадра
Освоение профессии рабочего, должности служащего (агент рекламный)	ПК 5.1. Организация деятельности по работе с заказчиком		ЕТКС или ЕКС Агент рекламный	Организовывать деятельность по работе с заказчиком
	ПК 5.2. Размещение и сопровождение заказа			Размещать и сопровождать заказ

4.3.2. Матрица соответствия компетенций и составных частей ОПОП по специальности:

Наименование	Формируемые компетенции
ОП. ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 2.1.; ПК 3.3.; ПК 4.1.
ООД. Общеобразовательные дисциплины	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 2.1.; ПК 3.3.; ПК 4.1.
ООД.01 Русский язык	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 4.1.
ООД.02 Литература	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 3.3.
ООД.03 Математика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ПК 1.2.; ПК 2.1.
ООД.04 Иностранный язык	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 09.; ПК 1.1.
ООД.05 Информатика	ОК 01.; ОК 02.; ПК 4.1.
ООД.06 Физика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ПК 1.2.
ООД.07 Химия	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 07.; ПК 4.1.
ООД.08 Биология	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 07.; ПК 4.1.
ООД.09 История	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ПК 1.1.
ООД.10 Обществознание	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.
ООД.11 География	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.
ООД.12 Физическая культура	ОК 01.; ОК 04.; ОК 08.; ПК 1.1.
ООД.13 Основы безопасности и защиты Родины	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ПК 1.1.
ООД.14 Индивидуальный проект	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.
ПП. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.; ПК 5.1; ПК 5.2
СГ. Социально-гуманитарный цикл	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.
СГ.01 История России	ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.
СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности	ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.
СГ. 03 Безопасность жизнедеятельности	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 07.; ПК 1.1.
СГ. 04 Физическая культура	ОК 04.; ОК 08.
СГ. 05 Основы финансовой грамотности	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.
СГ. 06 Основы бережливого производства	ОК 03.; ОК 05.; ОК 07.
СГ. 07 Информационная культура	ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.
ОП. Общепрофессиональный цикл	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 3.1.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	ОК 01.; ОК 02.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности	ОК 01.; ОК 02.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
ОП.03 История экранных искусств	ОК 01.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 2.1.
ОП.04 Рекламная деятельность	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ПК 3.1.; ПК 3.3.
ОП.05 Психология рекламы	ОК 01.; ОК 04.; ПК 1.1.; ПК 1.4.
ОП.06 Русский язык и культура речи	ОК 01.; ОК 05.; ОК 06.; ПК 2.1.
ОП.07 Основы экономики и бухгалтерского учета	ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.2.
ОП.08 Предпринимательство	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
ОП.09 Эффективное поведение на рынке труда	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.1.
П. Профессиональный цикл	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.; ПК 5.1; ПК 5.2
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
МДК.01.01 Поведение потребителей	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.

МДК.01.02 Маркетинг в рекламе	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
ПП.01.01 Производственная практика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
ПМ.01.01(К) Экзамен квалификационный	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
УП.02.01 Учебная практика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
ПП.02.01 Производственная практика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
ПМ.02.01 (К) Экзамен квалификационный	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
МДК.03.01 Цифровой маркетинг	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
МДК. 03.02 Коммуникационные инструменты интернет-среды	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
ПП.03.01 Производственная практика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
ПМ.03.01(К) Экзамен квалификационный	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МДК.04.03 Производство рекламного продукта	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
УП.04.01 Учебная практика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ПП.04.01 Производственная практика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ПМ.04.01(К) Экзамен квалификационный	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МП.05 Освоение профессии рабочего, должности служащего (агент рекламный)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 5.1; ПК 5.2
МДК.05.01 Организация работ по профессии агент рекламный	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 5.1; ПК 5.2
ПП.05.01 Производственная практика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 5.1; ПК 5.2
ПМ.05.01(К) Квалификационный экзамен	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 5.1; ПК 5.2

Раздел 5. Структура и содержание образовательной программы

5.1 Учебный план

Содержание обучения специальности 42.02.01 Реклама определяется учебным планом, разработанным в соответствии с ФГОС СПО и утвержденным директором Колледжа.
Учебный план определяет качественные и количественные характеристики ОПОП СПО:

- объемные параметры учебной нагрузки в целом, по годам обучения и по семестрам;
- перечень учебных дисциплин, профессиональных модулей и их составных элементов (разделов, междисциплинарных курсов, учебной и производственной практики);
- последовательность изучения учебных дисциплин и профессиональных модулей;
- виды учебных занятий;
- распределение различных форм промежуточной аттестации по годам обучения и по семестрам;
- объемные показатели подготовки и проведения государственной итоговой аттестации.

Учебный план приведен в Приложении 1 к ОПОП.

5.2. Обоснование распределения вариативной части образовательной программы

№ п/п	Код и наименование учебной дисциплины/профессионального модуля	Кол-во часов	Категория 1. ПОП-П/работодатель 2. ЦОМ/проект	Обоснование
1	СГ.01 История России	22	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки
2	СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности	64	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 1.1.
3	СГ.07 Информационная культура	34	2	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ОК 02, ОК 04, ОК 05
4	ОП.07 Основы экономики и бухгалтерского учета	108	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 1.2
5	ОП.08 Предпринимательство	50	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 1.1, ПК 1.2,ПК 1.3.
6	ОП.09 Эффективное поведение на рынке труда	40	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенции ПК 1.1.
7	ПП.01.01 Производственная практика	72	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4.
8	МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	50	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 2.1, ПК 2.2.
9	МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг	40	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 2.1, ПК 2.2.
10	ПП.02.01 Производственная практика	36	1	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 2.1, ПК 2.2.
11	МДК.03.01 Цифровой маркетинг	20	2	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
12	МДК.03.02 Коммуникационные инструменты интернет-среды	20	2	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
13	ПП.03.01 Производственная практика	36	2	По согласованию с работодателем для расширения объема подготовки по компетенциям ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3.
14	МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта	20	1	По согласованию с работодателем для овладения дополнительной профессиональной компетенции ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3.
15	МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	20	1	По согласованию с работодателем для овладения дополнительной профессиональной компетенции ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3.
16	МДК.05.01 Организация работ по профессии агент рекламный	88	1	По согласованию с работодателем для овладения дополнительными профессиональными компетенциями ПК 5.1, ПК 5.2.
17	ПП.05.01 Производственная практика	108	1	По согласованию с работодателем для овладения дополнительными профессиональными компетенциями ПК 5.1, ПК 5.2.
	ИТОГО	828		

5.3. План обучения в форме практической подготовки на предприятии (на рабочем месте)

№ п/п	Вид учебного занятия. Тема / Виды работ практик	Код и наименование МДК, практики	Длительность обучения (в ак. часах)	Семестр обучения	Наименование рабочего места, участка/структурного подразделения	Ответственный от предприятия
1	1. Ознакомление с предприятием 2. Анализ маркетинговой среды предприятия 3. Сегментация потребительского рынка предприятия 4. Анализ комплекса маркетинга предприятия 5. Анализ товарной политики предприятия 6. Анализ ценовой политики предприятия 7. Анализ сбытовой политики предприятия 8. Анализ коммуникационной политики предприятия 9. Выявление потребностей и составление плана маркетинговых исследований Проведение маркетинговых исследований. Анализ результатов маркетинговых исследований 10. Разработка средств продвижения предприятия	ПП.01.01 Производственная практика	144	4	Отдел маркетинга	Начальник отдела
2	1. Ознакомление с предприятием 2. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги. 5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 8. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 9. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 10. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 11. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.	ПП.02.01 Производственная практика	108	4	Медиа-отдел Отдел маркетинга	Начальник отдела
3	1. Ознакомление с предприятием 2. Анализ маркетинговой среды предприятия в сети Интернет 3. Анализ и разработка рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. 4. Изготовить рекламный и/или PR материал. 5. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.	ПП.03.01 Производственная практика	108	5	Творческий/креативный отдел Отдел маркетинга	Начальник отдела

4	1. Ознакомление с предприятием 2.Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 3. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 4. Разработка рекламной продукции 5. Сдача проекта заказчику	ПП.04.01 Производственная практика	72	6	Творческий/креативный отдел Медиа-отдел Отдел маркетинга	Начальник отдела
5	1. Ознакомление с предприятием 2. Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов. 3. Организация первичной работы с заказчиками. 4. Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг 5. Оформление договорной документации при работе с заказчиком. 6. Изучение и применение в работе правовых норм, регулирующих взаимоотношения по оказанию услуг. 7. Выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи. 8. Изучение порядка размещения и сопровождения заказа	ПП.05.01 Производственная практика	108	3	Отдел по работе с клиентами Отдел маркетинга	Начальник отдела

5.4. Календарный учебный график

В календарном учебном графике указывается последовательность реализации ОПОП СПО: продолжительность теоретического обучения, практики, промежуточной и государственной итоговой аттестации, каникул.

Календарный учебный график приведен в Приложении 1 к ОПОП.

5.5. Рабочие программы учебных дисциплин и профессиональных модулей

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) является составной частью образовательной программы и определяет содержание дисциплины (модуля), запланированные результаты обучения, составные части учебного процесса, формы и методы организации учебного процесса и контроля знаний обучающихся, учебно-методическое и материально-техническое обеспечение учебного процесса по соответствующей дисциплине (модулю).

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных ФГОС СПО.

Рабочие программы профессиональных модулей и дисциплин, включая профессиональные модули и дисциплины по запросу работодателя, приведены в Приложениях 2, 3 к ОПОП.

5.6. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы

Цель рабочей программы воспитания – развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы по специальности являются частью программы воспитания образовательной организации и представлены в Приложении 6.

5.7. Практическая подготовка

Практическая подготовка при реализации образовательных программ СПО направлена на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции по профилю образовательной программы путем расширения компонентов (частей) образовательной программы, предусматривающих моделирование реальных условий или смоделированных производственных процессов, непосредственно связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется, в том числе на рабочих местах предприятия работодателя (профильной организации), при выполнении курсового проектирования, при проведении всех видов практики.
- предусматривает демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным;
- может включать в себя отдельные мастер-классы, которые предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью

Образовательная деятельность в форме практической подготовки осуществляется на любом курсе (-ах) обучения, охватывая дисциплины, профессиональные модули, все виды практики, предусмотренные учебным планом образовательной программы.

Практическая подготовка организуется в специальных помещениях и структурных подразделениях образовательной организации, а также в специально оборудованных помещениях (на рабочих местах) профильных организаций на основании договора о практической подготовке обучающихся, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией (работодателем), осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

5.8. Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация осуществляется в соответствии с Порядком проведения ГИА.

Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в следующей форме:

- демонстрационный экзамен и защита дипломного проекта.

Программа ГИА включает общие сведения; процедуру проведения государственной итоговой аттестации, требования к дипломному проекту и процедура оценивания государственной итоговой аттестации, особенности проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей-инвалидов и инвалидов, порядок апелляции и пересдачи государственной итоговой аттестации.

Программа ГИА представлена в приложении 5.

Раздел 6. Условия реализации образовательной программы

6.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы

6.1.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению реализации образовательной программы установлены в соответствующем ФГОС СПО. Состав материально-технического и учебно-методического обеспечения, используемого в образовательном процессе, определяется в Приложении 4.

6.1.2. Перечень специальных помещений для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой

Кабинеты:

- Социально-гуманитарных дисциплин
- Общепрофессиональных дисциплин и МДК
- Безопасности жизнедеятельности
- Кабинет «Самостоятельной и воспитательной работы»

Лаборатории:

- Компьютерного дизайна
- Информационных и коммуникационных технологий
- Компьютерной графики и видеомонтажа

Мастерские:

- Веб – дизайн и разработка

Спортивный комплекс:

- Спортивный зал

Залы:

- библиотека, читальный зал с выходом в Интернет
- актовый зал

6.1.3 Минимально необходимый для реализации ОП СПО примерный перечень материально-технического обеспечения и примерный перечень необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения представлен в Приложении 4.

6.2. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Программа сочетает обучение в образовательной организации и на рабочем месте на базе работодателя с широким использованием в обучении цифровых технологий.

При реализации образовательной программы по всем дисциплинам и профессиональным модулям возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Не допускается реализация образовательной программы с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы

Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы установлены в соответствующем ФГОС СПО.

Реализация образовательной программы обеспечивается 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, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет.

Работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, осваивают 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 на предприятиях Вологодской области, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия а также в других областях 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 трех лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25 %.

6.4. Расчеты финансового обеспечения реализации образовательной программы

Расчеты нормативных затрат оказания государственных услуг по реализации образовательной программы в соответствии с направленностью и квалификацией осуществляются в соответствии с Перечнем и составом стоимостных групп профессий и специальностей по государственным услугам по реализации основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования – программ подготовки специалистов среднего звена, итоговые значения и величина составляющих базовых нормативов затрат по государственным услугам по стоимостным группам профессий и специальностей, отраслевые корректирующие коэффициенты и порядок их применения, утверждаемые Минпросвещения России ежегодно.

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы, определенное в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и Федеральным законом от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», включает в себя затраты на оплату труда преподавателей и мастеров производственного обучения с учетом 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».