

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОЛЛЕДЖ ИСКУССТВ И КОММУНИКАЦИЙ»

ОДОБРЕНО

Педагогическим советом

МКИ и К

«19» января 2016 г.

Протокол № 1



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

М.В. Волюнкина

«22» января 2016 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

По специальности
42.02.01 «Реклама»

Наименование квалификации
специалиста среднего звена

Специалист по рекламе

Москва

2016

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения:

1.1. Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП), реализуемая АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки;

1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки;

1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (ОПОП СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки:

1.3.1. Цель (миссия) ОПОП СПО;

1.3.2. Обоснование выбора дисциплин вариативной части;

1.3.3. Срок освоения ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки;

1.3.4. Трудоемкость ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки;

1.4 Требования к уровню подготовки, необходимые для освоения ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки:

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника;

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника;

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника;

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.

3. Компетенции выпускника ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки, формируемые в результате освоения данной ОПОП СПО.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки:

4.1. Календарный учебный график;

4.2. Учебный план подготовки по специальности;

4.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей):

4.3.1. Аннотации программ дисциплин по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки.

4.4. Программы учебной и производственной практик:

4.4.1. Аннотации программ учебной и производственной практик по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки.

5. Фактическое ресурсное обеспечение ОПОП СПО по специальности 42.02.01

«Реклама» базовой подготовки в АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций»:

5.1. Кадровое обеспечение реализации ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки;

5.2. Информационное и материально-техническое обеспечение ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки.

6. Характеристики среды, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки:

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ОПОП СПО:

7.2.1. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки.

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся:

8.1. Система обеспечения качества подготовки обучающихся;

8.2 Система периодического рецензирования образовательной программы;

8.3. Обеспечение компетентности преподавательского состава;

Приложения

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП), реализуемая АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП), реализуемая АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО).

ОПОП СПО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Федеральный закон Российской Федерации: «Об образовании» (от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ);

Федеральный государственный образовательный стандарт по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 12.05.2014 №510;

Приказы Министерства образования и науки РФ:

- «О перечне специальностей среднего профессионального образования, по которым при приеме в имеющие государственную аккредитацию образовательные учреждения среднего профессионального и высшего профессионального образования могут проводиться дополнительные испытания творческой и (или) профессиональной направленности» от 29 октября 2013 г. № 1199;

- «Об утверждении порядка приема граждан на обучение по образовательным программам среднего профессионального образования на 2013/14 учебный год» от 23 января 2014 г. № 36;

- «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего

профессионального образования» от 14 июня 2013 г. № 464;

- «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования» от 18 апреля 2013 г. № 291;

- «Об утверждении порядка проведения государственной аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» от 16 августа 2013 г. №968;

Другие нормативно-методические документы Минобрнауки России;

Устав АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций».

1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (ОПОП СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

1.3.1. Цель (миссия) ОПОП СПО

Цель ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки - подготовка выпускника, способного успешно осуществлять организацию и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

1.3.2. Обоснование выбора дисциплин вариативной части

В рамках данной ОПОП АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» готовит специалистов по рекламе базовой подготовки.

Специалисты этой квалификации востребованы в рекламных и коммуникационных агентствах, маркетинговых подразделениях и рекламных отделах предприятий и организаций, отделах по связям с общественностью и пресс-службах, рекламных службах СМИ и других предприятий сферы массовых коммуникаций.

Специальность «Реклама» ориентирована на подготовку АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» специалистов, способных осуществлять:

- Разработку и создание дизайна рекламной продукции;
- Производство рекламной продукции;
- Маркетинговое и правовое обеспечение разработки и реализации рекламного продукта;
- Организацию и управление процессом изготовления и продвижения рекламного проекта (продукта);
- Реализацию комплексных рекламных проектов;
- Выполнение работ по рабочей профессии 20032 «Агент рекламный».

Вариативная часть сформирована таким образом, чтобы обеспечить максимальную конкурентоспособность выпускника в соответствии с запросами регионального рынка и возможностями продолжения образования.

Помимо предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом СПО 42.02.01 «Реклама» дисциплин студенты, обучающиеся по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки, изучают дисциплины вариативной части, необходимые им для становления квалифицированными специалистами, в частности: «Культурология», «Основы профессиональной этики», «Русский язык и культура речи», «Концепции современного естествознания», «Правоведение», «Введение в специальность», «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций», «История рекламы», «Современные каналы и носители рекламы», «Менеджмент специальных мероприятий», «Основы связей с общественностью», «Деловые коммуникации», «Методы сбора и анализа информации», «Управление рабочим временем рекламиста», «Разработка комплексных рекламных проектов».

Студенты, обучающиеся в рамках данной ОПОП, изучают дисциплину «Культурология» для понимания совокупности исследований культуры как структурной целостности, выявления закономерностей её развития. В задачи курса «Культурология» входит понимание общих характеристик бытия культуры, а также системный анализ её развития.

Дисциплины «Деловые коммуникации», «Основы профессиональной этики» необходимы для успешного трудоустройства и построения карьеры будущих выпускников. Понимание основных правил делового этикета, специфике общения в бизнес-среде позволит будущим рекламистам правильно выстраивать деловые отношения, учитывать в своей деятельности интересы заказчика, собственной компании, профессионального сообщества и общества в целом.

Изучение «Русского языка и культуры речи» является безусловной необходимостью для специалиста в области коммуникаций. Специалист по рекламе обязан обладать общей речевой культурой, владеть нормами устной и письменной речи, иметь навыки эффективной коммуникации в различных условиях общения.

Усвоение курса «Концепции современного естествознания» позволяет учащимся усвоить актуальные воззрения науки на функционирование человека как части биосферы, составить понятие о методах естественнонаучных исследований. Эти знания призваны стать одной из важных составляющих мировоззрения современного профессионала.

Дисциплина «Правоведение» призвана обеспечить обучающимся начальный уровень компетенции в сфере правового регулирования профессиональной деятельности рекламиста.

«Введение в специальность» знакомит студентов с основами рекламной профессии, учит искать пути самосовершенствования и повышения уровня развития.

Дисциплины профессионального модуля закладывают основы знаний и навыков, необходимых для осуществления эффективной трудовой деятельности рекламиста и полноценной профессиональной реализации.

Освоив курс «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций», обучающиеся овладеют представлениями о сложности и многофакторности современных коммуникаций, познакомятся с актуальными тенденциями интеграции коммуникаций для решения маркетинговых задач, осознает место рекламы в структуре маркетинга.

«История рекламы» позволяет усвоить проанализировать рекламное дело в диахроническом аспекте, осознав истоки и направления развития рекламы как части человеческой цивилизации. Обучающиеся усвоят основные исторические вехи развития мировой и отечественной рекламы.

Курсы «Современные каналы и носители рекламы», «Менеджмент специальных мероприятий», «Основы связей с общественностью» призваны познакомить будущих рекламистов с актуальным инструментарием коммуникационной отрасли, научить их анализу эффективности использования различных каналов и носителей для рекламных сообщений конкретной тематики, привить начальные навыки медиапланирования. Данные курсы расширяют профессиональный кругозор обучающихся.

Отрасль маркетинговых коммуникаций в настоящее время немыслима без активного использования онлайн-каналов получения и распространения информации. Привить обучающимся навыки профессиональной работы с современными источниками призван курс «Методы сбора и анализа информации».

Курс «Управление рабочим временем рекламиста» дает обучающимся навыки самостоятельного планирования и самоорганизации, необходимые для эффективной профессиональной деятельности.

Настоящая ОПОП основана на принципе соединения теории и практики для формирования комплекса знаний и навыков. Этот принцип находит свое воплощение в ряде дисциплин, и наиболее ярко – в курсе «Разработка комплексных рекламных проектов». Данный курс представляет собой практикум, в ходе которого обучающиеся самостоятельно планируют индивидуальный рекламный проект, создают для него творческое решение, организуют работу по его воплощению, реализуют и представляют результаты. Подобный подход помогает применить значительную часть усвоенных знаний и навыков, а также позволяет создать основу для формирования профессионального портфолио молодого специалиста. В дальнейшем результаты реализованного проекта ис-

пользуются в качестве практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы учащегося. Данный практический курс органично сочетается с программами учебной и производственной практики.

В свою очередь, программы практики позволяют обучающимся получить четкое представление о требованиях, которые современные работодатели предъявляют к молодым специалистам в сфере рекламы и коммуникаций. Проходя практику, обучающиеся получают опыт профессионального взаимодействия в трудовом коллективе, решения реальных производственных задач, получают представление о ситуации на рынке труда. В качестве площадок для прохождения учебной и производственной практики учащихся колледж рекламы и коммуникаций привлекает ведущие агентства и компании-владельцы известных брендов федерального и мирового значения. Высокий уровень компаний-партнеров гарантирует получение практикантами передового опыта и способствует повышению их капитализации при последующем трудоустройстве.

Учебный план по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки построен таким образом, чтобы выпускники колледжа рекламы и коммуникаций получили не только необходимый в профессии набор знаний, умений и навыков, но и опыт их практического применения для решения профессиональных задач, реализации коммуникационных проектов. Особое значение придается ориентированности образовательных программ на требования рынка труда и профессионального сообщества в сфере рекламы и коммуникаций.

1.3.3. Срок освоения ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Срок освоения ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки по очной форме обучения составляет 3 года 10 месяцев (199 недель) в соответствии с ФГОС СПО по данной специальности.

1.3.4. Трудоемкость ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Общая трудоемкость освоения ОПОП СПО составляет 6750 часов за весь период обучения и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ОПОП СПО.

1.4 Требования к уровню подготовки, необходимые для освоения ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Предшествующий уровень образования абитуриента - основное общее образование. Абитуриент должен иметь документ государственного образца об основном общем образовании. Данный документ свидетельствует об освоении его предъявителем содержания образования основной средней школы и наличия сформированных компетенций, включая, в том числе, знание базовых цен-

ностей мировой культуры; владение государственным языком общения, понимание законов развития природы и общества.

Для поступления на ОПОП по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки абитуриенты предоставляют результаты предусмотренной законодательством обязательной ОГЭ по русскому языку и обществознанию.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОПОП СПО ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 «Реклама» БАЗОВОЙ ПОДГОТОВКИ

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

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

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускников базовой подготовки в культуре и искусстве являются:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии;
- первичные трудовые коллективы.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

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

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции;
- Производство рекламной продукции;
- Маркетинговое и правовое обеспечение разработки и реализации рекламного продукта;
- Организация и управление процессом изготовления и продвижения рекламного проекта (продукта);
- Реализация комплексных рекламных проектов;
- Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный».

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Выпускник по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции: создание

- творческой концепции рекламного продукта; написание рекламных текстов, слоганов (копирайтинг); разработка оригинал-макетов рекламных объявлений, постеров, афиш, листовок, флаеров, других видов печатной и наружной рекламы, сценариев и покadroвых планов видеороликов;
- Производство рекламной продукции, перечисленной выше: подготовка к производству рекламной продукции и контроль за реализацией технологических процессов;
 - Маркетинговое и правовое обеспечение разработки и реализации рекламного продукта: составление и согласование договоров, бюджетов, медиапланов, технических заданий; продвижение в профессиональной среде; поиск заказчиков рекламной продукции и иных рекламных услуг;
 - Организация и управление процессом изготовления и продвижения рекламного проекта (продукта): планирование процесса изготовления рекламного продукта и его реализация; организация и управление кампаниями по продвижению рекламного проекта; продуктивное взаимодействие с заказчиком и командой рекламного проекта;
 - Реализация комплексных рекламных проектов: планирование, бюджетирование, поиск творческих решений, разработка стратегии, медиапланирование, разработка и/или производство необходимых рекламных продуктов, реализация рекламного проекта, контроль результата;
 - Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный» в соответствии с требованиями профессионального стандарта и запросами, предъявляемыми существующим рынком труда и профессионального сообщества в сфере рекламы и коммуникаций.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ОПОП СПО ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 «Реклама» БАЗОВОЙ ПОДГОТОВКИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ОПОП СПО

Результаты освоения ОПОП СПО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, то есть, его способностью применять знания, умения и навыки в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

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

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и

способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене 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.

ОК 12. Проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.

ОК 13. Владеть современными информационными и телекоммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности.

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

— Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

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 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. Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка.

ПК 3.2. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта.

ПК 3.3. Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.

— Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта):

ПК 4.1. Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта.

ПК 4.2. Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.

ПК 4.3. Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.

ПК 4.4. Регистрировать и защищать авторское право на рекламный продукт.

ПК 4.5. Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.

ПК 4.6. Принимать решение в соответствии с требованиями рекламодателей и документами, регламентирующими рекламную деятельность.

ПК 4.7. Обеспечивать технику безопасности на производственном участке.

— Реализация комплексных рекламных проектов:

ПК 5.1. Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов.

ПК 5.2. Создавать сценарии и рекламные тексты.

ПК 5.3. Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.

ПК 5.4. Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта.

ПК 5.5. Применять методы и приемы режиссуры при реализации рекламного проекта.

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП СПО ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 «РЕКЛАМА» БАЗОВОЙ ПОДГОТОВКИ

В соответствии ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОПОП СПО регламентируется учебным планом, рабочими программами учебных дисциплин (модулей) и другими материалами, обеспечивающими воспитание и качество подготовки студентов, а также программами учебной и производственной практики, календарным учебным графиком и методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. Календарный учебный график

Календарный учебный график приведен в Приложении 1.

4.2. Учебный план подготовки по специальности

Учебный план подготовки по специальности приведен в Приложении 2.

4.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

4.3.1. Аннотации программ дисциплин по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Аннотации программ всех учебных дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана даны в Приложении 3.

4.4. Программы учебной и производственной практик

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки практика является обязательным разделом ОПОП и представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. При реализации ОПОП СПО предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная.

4.4.1. Аннотации программ учебной и производственной практик по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Аннотации программ учебной и производственной практик даны в Приложении 4.

5. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПОП СПО ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 «РЕКЛАМА» БАЗОВОЙ ПОДГОТОВКИ

5.1. Кадровое обеспечение реализации ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Преподавание циклов дисциплин обеспечивают 40 преподавателей, из которых 100% имеют базовое образование или ученую степень, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины. 70% преподавателей, обеспечивающих учебный процесс по указанным циклам, имеют ученые степени и звания, из которых 10% преподавателей имеют степень доктора наук.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла. К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла привлекаются не менее 20% преподавателей из числа практикующих специалистов и не менее 7% из числа руководителей и ведущих специалистов профильных организаций.

5.2. Информационное и материально-техническое обеспечение ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки обеспечивается научной, учебной и учебно-методической литературой по всем учебным дисциплинам СПО.

Студентам предоставляется бесплатный доступ в интернет посредством технологии Wi-Fi, установлена офисная оргтехника: сканеры и МФУ устройства, позволяющие переводить библиотечные фонды в электронную форму. Доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам возможен из 4 компьютерных классов (85 компьютеров), учебного офиса (25 компьютеров), иных аудиторий.

Общий объем библиотечного фонда составляет 33341 экземпляр учебной литературы.

В настоящее время студентам, сотрудникам и доступны: электронная библиотека полнотекстовых учебно-методических документов, электронная библиотечная система «КнигаФонд», содержащая издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированная по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. Фонд дополнительной литературы включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания.

Основным инструментом, обеспечивающим оперативный доступ к электронным ресурсам библиотеки, является интернет-сайт колледжа.

Для реализации ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся.

Материально-техническое обеспечение учебного процесса при реализации ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки включает в себя оборудованные кабинеты:

- социально-экономических дисциплин;
- иностранного языка (лингвфонные кабинеты);
- математики и информатики;
- истории изобразительных искусств;
- рисунка и живописи;
- экологии и безопасности жизнедеятельности;
- экономики и менеджмента;
- шрифтовой и художественной графики;
- цветоведения;
- проектирования рекламного продукта;
- методический.

Лаборатории:

- Информатики и вычислительной техники;
- Компьютерного дизайна;
- Информационных и коммуникационных технологий;
- Компьютерной графики и видеомонтажа;
- фотолаборатория.

Мастерские:

- Багетная.

Полигоны:

- Мини-типография.

Студии:

- Видеостудия;
- Фотостудия.

Спортивный комплекс:

- спортивный зал;
- стрелковый тир.

Залы:

- библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет;
- актовый зал.

Имеется 5 компьютерных классов с профессиональным программным обеспечением, в том числе 1 (25 компьютеров), оснащенный программами In-Design, Adobe Photoshop, Lightroom и пр.

Учебные аудитории оснащены современной аудио- и видеотехникой для проведения специализированных курсов. Часть аудиторий, предназначенных для проведения лекционных занятий, оборудованы мультимедийными проекторами и другой техникой для презентаций учебного материала.

Локальная компьютерная сеть объединяет все кафедры и структурные подразделения. Кафедры и отделы в полной мере обеспечены принтерами, сканерами, различной электронной техникой.

6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СРЕДЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

Образование – это всегда единый процесс воспитания и обучения. Воспитательная работа в АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» – органически связанная с обучением целенаправленная и систематическая деятельность, ориентированная как на формирование социально значимых качеств, установок и ценностных ориентаций личности, так и на создание благоприятных условий для всестороннего гармоничного, духовного, интеллектуального и физического развития, самосовершенствования и творческой самореализации личности будущего специалиста.

Специфика воспитательной работы АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» определяется ролью образовательного учреждения в современном обществе, особенностями современного студенчества и задачами, которые ставят общество и государство перед системой СПО.

Система воспитательной работы в АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» включает в себя аудиторную и внеаудиторную работу. В ходе аудиторных занятий дается теоретическая подготовка, ориентированная на духовное развитие, закладывается ценностный фундамент личности. Большая роль в этой работе отводится предметам гуманитарного цикла, задающим социокультурные параметры мировоззрения студентов.

Общей целью воспитательной работы АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» является подготовка творческих, духовно и интеллектуально развитых специалистов – граждан России, способных внести достойный вклад в её развитие.

Основными задачами воспитательной работы АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» являются:

- создание условий для максимального удовлетворения потребностей студентов в интеллектуальном, культурном, духовно-нравственном и физическом развитии;
- формирование у студентов активной жизненной позиции, уважения к

закону и социальной ответственности;

- сохранение и приумножение традиций, преемственности, формирование чувства корпоративности и солидарности;

- приобщение студентов к общечеловеческим ценностям и высоким гуманистическим идеалам, воспитание нравственности и интеллигентности;

- воспитание у студентов потребности к саморазвитию, формирование умений и навыков управления коллективом в различных формах студенческого самоуправления;

- обеспечение социально-психологической поддержки студентов, адаптация первокурсников и иногородних студентов к изменившимся условиям жизнедеятельности с целью вхождения в образовательную среду.

Основные принципы воспитательной работы в АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций»:

- системность;

- единство воспитания и обучения;

- гуманизм;

- патриотизм;

- социальная активность;

- личностно ориентированный подход к воспитанию студентов;

- организованность, ответственность, компетентность, профессионализм.

Основные направления воспитательной работы в АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» отражают ведущие теоретические и методологические положения и принципы, педагогические условия и требования, являющиеся фундаментальными основами организации воспитания студентов в АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций».

7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОПОП СПО ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 «РЕКЛАМА» БАЗОВОЙ ПОДГОТОВКИ

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, рубежную, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся, которые проводятся в соответствии с:

- Порядком организации и проведения текущего контроля успеваемости обучающихся АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» (утверждено приказом ректора от 22.01.2016 №002/16);

- Положением АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» «О промежуточной аттестации обучающихся» (утверждено приказом

ректора от 22.01.2016 №002/16);

- Приказом Минобрнауки РФ «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (от 16 августа 2013 г. № 968).

Балльно-рейтинговая система оценки успеваемости студентов реализуется в соответствии с Положением АНО ПО «Международный колледж искусств и коммуникаций» «О балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений обучающихся» (утверждено приказом ректора от 22.01.2016 №002/16).

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Система оценочных средств по каждому из видов аттестаций закрепляется в виде приложений к рабочим программам дисциплин по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки и включает: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику рефератов и докладов; задания для подготовки к деловым играм и выполнения индивидуальных и групповых проектов, а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

В соответствии с «Порядком разработки и утверждения образовательных программ среднего профессионального образования – программ подготовки специалистов среднего звена в автономной некоммерческой организации профессионального образования «Международный колледж искусств и коммуникаций»» Оценочные средства для промежуточной аттестации по профессиональным модулям и итоговой государственной аттестации обучающихся по обсуждаются и одобряются профильной кафедрой и утверждаются ректором после согласования с работодателями. Согласование подтверждается подписью и печатью работодателя на титульном листе соответствующего документа. Оценочные средства по дисциплинам и междисциплинарным курсам входят в состав рабочих программ дисциплин.

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Необходимым условием допуска к государственной (итоговой) аттестации является представление документов, подтверждающих освоение обучающимся компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности. В том числе выпускником могут быть представлены отчеты о ранее достигнутых результатах, дополнительные сертификаты, свидетельства (дипломы) олимпиад.

ад, конкурсов, творческие работы по специальности, характеристики с мест прохождения преддипломной практики.

На основании ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки государственная (итоговая) аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы.

7.2.1. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы по специальности 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

Выпускная квалификационная работа (дипломная работа) направлена на исследование специфики того направления коммуникационной активности, которое учащийся выбирает для реализации комплексного рекламного проекта.

К выпускной квалификационной работе, как к документу, завершающему обучение студентов, на основе которого выявляется степень его профессиональной подготовленности, предъявляются следующие требования:

- тематика выпускной квалификационной работы должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей;
- тема исследования должна обладать научной актуальностью и практической значимостью;
- работа должна содержать реферативную часть, посвященную выбранной сфере коммуникаций, и практическую часть, описывающую особенности реализованного учащимся проекта;
- работа должна быть выполнена самостоятельно и отличаться творческим подходом, оригинальными решениями проектных задач. Реферативная часть должна служить теоретической базой для рассмотрения сильных и сторон выполненного проекта;
- в работе должны быть представлены практические рекомендации по реализации комплексных рекламных проектов по выбранному направлению.

Объем выпускной квалификационной работы определяется руководителем в задании на работу и должен составлять от 40 до 50 страниц.

Структура выпускной квалификационной работы включает: титульный лист; содержание; введение; основную часть; заключение; приложения; список использованной литературы.

Формулировки разделов и подразделов должны точно соответствовать содержанию работы, быть краткими, четкими, последовательно и точно отражать ее внутреннюю логику.

Во введении обосновывается выбор темы, ее актуальность, раскрывается поставленная цель и задачи работы, описываются предмет и объект исследования.

Основная часть работы состоит, как правило, из двух глав (реферативной

и практической), каждая из которых в свою очередь делится на 2-3 подраздела.

В заключении обобщаются теоретические и практические выводы и предложения, полученные в результате исследований и разработок по заданной теме. При необходимости отмечается перечень нерешённых вопросов по исследуемой проблеме, которые требуют дальнейшей проработки и исследования.

В приложения включается вспомогательный материал – примеры и иллюстрации к проектам выбранного направления, а также к проекту, реализованному учащимся.

Для ведения дипломного проекта заведующим кафедрой рекламы назначается руководитель, который курирует работу студента выпускного курса над ВКР.

8. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

8.1. Система обеспечения качества подготовки обучающихся

В колледже функционирует система контроля качества подготовки выпускников, которая охватывает все основные элементы учебного процесса: контроль содержания образования; контроль качества подготовки студентов; контроль качества преподавания.

Важным элементом подсистемы контроля качества преподавания является система открытых занятий.

8.2. Система периодического рецензирования образовательной программы.

На заседаниях кафедр регулярно обсуждаются проблемы, возникающие в ходе реализации ОПОП СПО, а также пути их решения. По представлению кафедры (как входящей в структуру данного факультета, так и межфакультетской) на заседании деканата может быть принято решение о внесении изменений в ОПОП СПО по специальности. Декан факультета также может представить свои предложения по изменению ОПОП СПО на основании отслеживания соответствия результатов обучения поставленным целям. При этом учитывается уровень сформированности компетенций обучающихся, темп их формирования, полнота овладения заданными компетенциями.

8.3. Обеспечение компетентности преподавательского состава

Преподаватели регулярно повышают квалификацию.