ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ «МОСКОВСКИЙ ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ» (ГАОУ ДПО МЦРПО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАОУ ДПО МЦРПО
_____ И.С. Тихомирова
«04» декабря 2026 г.

Основная программа профессионального обучения по должности служащего

«Агент рекламный»

в рамках проекта «Профессиональное обучение без границ»

Код должности служащего 20032
Наименование должности служащего: Агент рекламный
Разряд: **нет**
Срок обучения: 72
Форма обучения: очная

Москва, 2026

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

основной программы профессионального обучения по профессии рабочего/должности служащего

в рамках проекта «Профессиональное обучение без границ»

СОГЛАСОВАНО

Общество с ограниченной ответственностью «Институт развития квалификаций «СИГМА»
название предприятия

Генеральный директор
должность представителя предприятия

СИГМА // Вахрушев Олег Александрович
подпись ФИО

«____» _____ 2026 г.

СОГЛАСОВАНО

_____
название предприятия

_____
должность представителя предприятия

_____ // _____
подпись ФИО

«____» _____ 2026 г.

СОГЛАСОВАНО

_____
название предприятия

_____
должность представителя предприятия

_____ // _____
подпись ФИО

«____» _____ 2026 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

основной программы профессионального обучения по профессии рабочего/должности служащего

в рамках проекта «Профессиональное обучение без границ»

СОГЛАСОВАНО

Автономная некоммерческая организация Центр содействия образованию и развитию гуманитарных и социальных наук «Сигнум»

заместитель Исполнительного директора по административной работе

_____ // Крижановский Максим Вячеславович

подпись

«05» август 2026 г.

СОГЛАСОВАНО

_____

название предприятия

_____

должность представителя предприятия

_____ // _____

подпись ФИО

«____» _____ 2026 г.

СОГЛАСОВАНО

_____

название предприятия

_____

должность представителя предприятия

_____ // _____

подпись ФИО

«____» _____ 2026 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

основной программы профессионального обучения по профессии рабочего/должности служащего

в рамках проекта «Профессиональное обучение без границ»

СОГЛАСОВАНО
ООО «ЛЮКС-АРТ МЕДИА»
название предприятия

_____ генеральный директор_____
должность представителя предприятия

_____ // Котова Н.Ю.
подпись ФИО

«____» _____ 2026 г.



Оглавление

1. Пояснительная записка 4
2. Результаты освоения Программы 5
3. Учебный план 7
4. Календарный учебный график 8
5. Учебная программа 10
6. Формы аттестации и контрольно-оценочные средства 12
7. Требования к условиям реализации Программы 12
   7.1 Материально-техническое обеспечение реализации Программы 12
   7.2 Кадровое обеспечение реализации Программы 12
8. Список рекомендованной литературы 13

1. Пояснительная записка

Основная программа профессионального обучения по должности служащего **Агент рекламный** (далее – Программа) разработана с целью представления и продвижения товаров, услуг, коммерческих идей.

Нормативно-правовые основания разработки Программы.

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

Постановление Правительства Российской Федерации от 22.11.2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов».

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 14.07.2023 г. № 534 «Об утверждении Перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение».

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 26.08.2020 г. № 438 «Об утверждении порядка организации образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения».

Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12.04.2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов».

«Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 N 37) (ред. от 27.03.2018), раздел I «Общеотраслевые квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях», параграф 3 Должности служащих.

Категория обучающихся.

Учащиеся в возрасте до 18 лет, не имеющие основного общего образования, при условии обучения на момент завершения освоения Программы в 9 классе в государственных образовательных организациях города Москвы, реализующих образовательные программы основного и среднего общего образования.

Режим занятий.

Продолжительность одного учебного занятия по Программе составляет 45 минут (1 академический час), организационный перерыв между учебными занятиями – 10 минут. Занятия по Программе завершаются не позднее 20.00.

Учебная нагрузка по Программе составляет 72 часа (1 раз в неделю по 4 часа).

Термины, определения и используемые сокращения.

ПЦ - профессиональный цикл
ПП – производственная практика
УП – учебная практика
ОП – общепрофессиональный цикл
КЭ – квалификационный экзамен

2. Результаты освоения Программы

Вид деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов	Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов	Проводить сегментацию рынка товаров и услуг; определять целевую аудиторию, выбрать одну или несколько групп потенциальных покупателей	Уметь осуществлять классификацию/сегментирование и поиск заказчиков	Знать виды рекламной деятельности Знать виды рекламных средств и средств распространения рекламы
	Ведение переговоров с заказчиками на основе нормативно-правовой базы	Использовать нормативные документы для организации работы по оформлению заказа	Уметь организовывать работу по получению и оформлению заказа Уметь презентовать готовый рекламный продукт заказчику	Знать требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом Знать основные элементы презентации творческой идеи
	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	Определять характер и объем работ, которые необходимо выполнить при оформлении заказа. Составлять бриф по запросу заказчика	Уметь создавать творческий бриф	Знать структуру творческого брифа

	Осуществление анализа результатов рекламных кампаний и оценки их эффективности	Использовать статистические данные показателей результатов рекламных кампаний	Уметь рассчитать основные маркетинговые метрики	Знание методов анализа результатов рекламных кампаний
Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет	Оформление договорной и финансовой документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	Оформлять договора и соглашения	Уметь создавать и оформлять документы в текстовых редакторах	Знать правила оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком
	Использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы	Работать с электронной почтой и облачными хранилищами	Уметь осуществлять коммуникацию с использованием возможностей сети Интернет Уметь сохранять и размещать презентации в Интернет	Знать правила публикации в сети Интернет
	Использование компьютерных технологий для обработки текстовой информации	Разрабатывать рекламные тексты с учетом различных видов рекламы	Уметь составлять текстовую рекламу Уметь создавать презентации, используя приложение PowerPoint	Знать инструмент представления рекламных продуктов PowerPoint

3. Учебный план

Индекс	Наименование дисциплин, модулей, разделов и видов учебной деятельности	Виды учебной нагрузки в часах			Форма аттестации
		Всего	Теоретические занятия	Практические занятия	
ОП.00	**Общепрофессиональный цикл**	**4**	**4**	**-**	
Модуль 1	Основы профессионального самоопределения	2	2	-	Дифференцированный зачет
Модуль 2	Основы цифровой грамотности в профессиональной деятельности	2	2	-	Дифференцированный зачет
ПЦ.00	**Профессиональный цикл**	**32**	**8**	**24**	
Модуль 3	Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов	20	4	16	Дифференцированный зачет
Модуль 4	Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет	12	4	8	Дифференцированный зачет
УП	**Учебная практика**	**20**	-	**20**	Дифференцированный зачет
ПП	**Производственная практика**	**8**	-	**8**	Дифференцированный зачет

Модуль 5	Профессиональная ориентация и выбор профессии (Посещения дней открытых дверей в колледже)	**4**	**-**	**4**	Дифференцированный зачет
	Итоговая аттестация	**4**	**-**	**4**	Квалификационный экзамен
	Итого	**72**	**12**	**60**	

4. Календарный учебный график

Наименование дисциплин, модулей, видов учебной деятельности	**Учебные недели и нагрузка в часах**																		**ИТОГО**
	02.11.2026-	09.11.2026-	16.11.2026-	23.11.2026-	30.11.2026-	07.12.2026-	14.12.2026-	21.12.2026-	28.12.2026-	11.01.2027-	18.01.2027-	25.01.2027-	01.02.2027-	08.02.2027-	15.02.2027-	22.02.2027-	01.03.2027-	08.03.2027-	**Час.**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**	
Модуль 1. Основы профессионального самоопределения	**2**																		**2**
Модуль 2. Основы цифровой грамотности в профессиональной деятельности	**2**																		**2**
Модуль 3. Организация		**4**	**4**	**4**	**4**	**4**													**20**

рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов																			
Модуль 4. Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет							**4**	**4**	**4**										**12**
УП. Учебная практика										**4**	**4**	**4**	**4**	**4**					**20**
ПП.Производственная практика															**4**	**4**			**8**
Модуль 5. Профессиональная ориентация и выбор профессии (Посещения дней открытых дверей в колледже)																	**4**		**4**
Итоговая аттестация																		**4**	**4**
Всего, час.	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**72**

5. Учебная программа

Наименование дисциплин, модулей, разделов и тем	Кол-во часов	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика практических, практик и рекомендуемой литературы.
ОП.00 Общепрофессиональный цикл	**4**	**Содержание учебного материала:**
Модуль 1. Основы профессионального самоопределения	2	Рекламные агентства и отделы рекламы. Структура рекламного агентства и отделов рекламы. Профессии в рекламе. Знания, умения, обязанности и виды работ, которые выполняет Агент рекламный.
Модуль 2. Основы цифровой грамотности в профессиональной деятельности	2	Информационная среда и политика информационной безопасности. Виды компьютерных угроз. Возможные риски и предотвращение угроз. Безопасная работа с личным кабинетом. Интернет-безопасность в социальных сетях. Основные понятия, связанные с онлайн-платежами.
ПЦ.00 Профессиональный цикл	**32**	**Содержание учебного материала:**
Модуль 3. Организация рекламной деятельности по поиску и привлечению клиентов	**20**	**Содержание учебного материала:**
Тема 1. Рекламная деятельность по поиску и привлечению клиентов	2	Виды рекламной деятельности. Виды рекламных средств и средств распространения рекламы. Классификация и сегментирование рынка. Поиск заказчиков. Основные понятия: целевая аудитория, конкурс, договор, бриф, листовка, банер. Распределение работы среди отделов рекламного агентства.
Тема 2. Коммуникация с заказчиком	2	Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом. Комплекс нормативных документов, регулирующих рекламную деятельность. Общие требования ФЗ «О рекламе». Формирование основных элементов творческой идеи.
Практическая работа 1. Сегментация	4	Сегментация рынка товаров и услуг. Определение целевой аудитории. Определение

аудитории, на основе заданных критериев		групп потенциальных покупателей.
Практическая работа 2. Составление брифа по запросу заказчика	4	Составление брифа по образцу. Составление брифа с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации, рассчитать основные маркетинговые метрики.
Практическая работа 3. Оформление заказа, определение характера и объема работ, при составлении коммерческого предложения	4	Составление коммерческого предложения. Составление договора, с учетом применения правовых знаний. Составление письменного отчета о встрече с клиентом.
Практическая работа 4. Осуществление анализа результатов рекламных кампаний и оценки их эффективности	4	Расчет основных маркетинговых метрик. Использование методов анализа результатов рекламных кампаний.
Модуль 4 Осуществление работы и обмена документами агента рекламного с использованием компьютерных программ и сети Интернет	**12**	**Содержание учебного материала:**
Тема 1. Электронные презентации	4	Современные способы организации презентации в PRдеятельности. Пакет презентационной графики. Представление презентации.
Практическая работа 1. Создание рекламы для рассылки по электронной почте	4	Регистрация аккаунта в почтовых сервисах. Составление писем. Прикрепление документов. Отправка писем. Создание рекламы для рассылки по электронной почте.
Практическая работа 2. Создание Yandex форм документов. Работа в облачных хранилищах	4	Организация работы в сети Интернет. Составление договора и финансовой документации с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой

		информации. Размещение файлов в облачном хранилище. Организация совместного доступа и редактирования. Работа с сервисами Yandex формами.
УП.00 Учебная практика	**20**	**Содержание учебного материала:**
Работа с документами	4	Разработка номенклатуры дел рекламного агентства.
Переговоры с клиентами	4	Использование техник переговоров для разработки брифа и составления договора.
Основы работы с необходимыми программами и оргтехникой	4	Формирование пакета документов и организация хранения.
Презентация проекта	8	Создание презентации о работе агента рекламного, используя приложение PowerPoint.
ПП.00 Производственная практика	**8**	Знакомство с работой агента рекламного, мастер-классы от представителей рекламной отрасли.
Модуль 5. Профессиональная ориентация и выбор профессии (Посещения дней открытых дверей в колледже)	**4**	Участие в мастер-классах, мероприятиях колледжа.
Итоговая аттестация	**4**	**Квалификационный экзамен**
ВСЕГО	**72**	

6. Формы аттестации и контрольно-оценочные средства

Формы и процедуры текущего контроля освоения Программы определяются в соответствии с разработанным программно-методическим обеспечением. Текущий контроль может осуществляется в форме контрольных работ, тестовых заданий, фронтального опроса во время практических занятий и др.

Промежуточная аттестация, проводится в формах, определенных учебным планом, и в порядке, установленном образовательной организацией.

Профессиональное обучение завершается **итоговой аттестацией в форме квалификационного экзамена** (Приложение 2 к Программе). Квалификационный экзамен включает в себя практическую квалификационную работу и проверку теоретических знаний в пределах квалификационных требований, указанных в «Квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и других служащих» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 N 37) (ред. от 27.03.2018), раздел I «Общеотраслевые квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях», параграф 3 Должности служащих.

Задания к квалификационному экзамену должны включать в себя практическую направленность, быть четко сформулированы.

7. Требования к условиям реализации Программы

7.1 Материально-техническое обеспечение реализации Программы

Реализация Программы предполагает наличия кабинета/лаборатории/мастерской, оснащенной необходимым оборудованием, инструментами и расходными материалами в соответствии с инфраструктурным листом (Приложение 1 к Программе).

7.2 Кадровое обеспечение реализации Программы

Реализация Программы обеспечивается педагогическими работниками образовательных организаций в соответствии с законодательством Российской Федерацией, на условиях, определенных образовательной организацией.

К проведению квалификационного экзамена привлекаются представители работодателей и их объединений.

8. Список рекомендованной литературы

I. Основная литература:

Печатные ресурсы:

1. Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие. – 2-е изд., доп. – М.: КНОРУС, 2021. – 400 с.
2. Мазилкина Е.И. Основы рекламы: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2020. – 288 с.
3. Мокшанцев Р.И., Психология рекламы. – М.: ИНФРА-М, 2019.
4. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. - М., Евразийский регион, 2019. – Ч.1-2.
5. Полукаров В.Л., Головлева Е.Л., Добренькова Е. В., Ефимова Е.М. Рекламная коммуникация: Учебное пособие. – М.: Международный университет бизнеса и управления: Изд-во «Палеонтип»: ИТК «Дашков и К°», 2021.

Электронные ресурсы:

1. Рыжиков, С. Н., Основы рекламной деятельности + Приложение: учебник / С. Н. Рыжиков, Ю. М. Демидова. — Москва: КноРус, 2024. — 321 с. — ISBN 978-5-406-11899 — URL: https://book.ru/book/950521 (дата обращения: 28.03.2024). — Текст: электронный.
2. Синяева, И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования/ И.М.Синяева, О.Н.Жильцова, Д.А.Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 28.03.2024).
3. Шарков, Ф. И., Рекламная деятельность : учебник / Ф. И. Шарков. — Москва : КноРус, 2025. — 288 с. - — ISBN 978-5-406-14242-4. — URL: https://book.ru/book/956853 (дата обращения: 03.07.2025). — Текст : электронный.

II. Дополнительная литература:

Печатные ресурсы:

1. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год.
2. Хуссейн, И.Д. Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для среднего профессионального образования/ И.Д.Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 68с.

Электронные ресурсы:

III. Справочные издания и нормативно-правовые акты:

Электронные ресурсы:

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (действующая редакция, 2025) - Доступ: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5896