

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Высшего юридического колледжа

\_\_\_\_\_ И.Л.Сурат

**РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

основной профессиональной образовательной программы

программы подготовки специалистов среднего звена

**профессионального образовательного частного учреждения среднего профессионального образования**

**«Высший юридический колледж: экономика, финансы, служба безопасности»**

по специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 «Реклама»**

по программе базовой подготовки

Квалификация: Специалист по рекламе

Форма обучения – очная

Нормативный срок обучения – 2 года 10 месяцев

на базе среднего общего образования

Профиль: социально-экономический

1.Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Курсы	Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам	Учебная практика	Производственная практика		Промежуточная аттестация	Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего
			по профилю специальности	преддипломная (для СПО)				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I курс	34	4	1	0	2	0	11	52
II курс	33	1	6	0	2	0	10	52
III курс	19	2	9	4	1	6	2	43
<b>Всего</b>	86	7	16	4	5	6	23	147

## 2.График учебного процесса

Курс	Сентябрь				Октябрь					Ноябрь					Декабрь					Январь					Февраль					Март					Апрель					Май					Июнь					Июль					Август				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52							
1																	Э	К	К																		У	У	У	У	У	П	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К					
2																	Э	К	К																		У	П	П	П	П	П	П	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К					
3										У	У	П	П	П	П	П	У	К	К																		/п	П	П	П	п/э	8	8	8	8	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г

- - теоретические занятия, э - экзамены, у - учебная практика, п – производственная практика (по профилю специальности), 8 – практика преддипломная, К - каникулы, Г – Государственная итоговая аттестация

## План учебного процесса

Индекс	Наименование циклов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, практик	Формы промежуточной аттестации (семестр)				Учебная нагрузка обучающихся (час.)						Практика (час.)							
						Обязательная аудиторная			максимальная	самостоятельная работа	всего занятий								
		экзамен	зачет	дифф.зачет	контрольная работа	занятия на уроках	лпз, вкл. семинары	курсовых работ (проектов)				учебная	производственная (по профилю специальности)	1 курс		2 курс		3 курс	
														1 семестр 16 недель	2 семестр 18 недель	3 семестр 16 недель	4 семестр 17 недель	5 семестр 9,5 недель	6 семестр 9,5 недель
1	2				6	7	8	9	10	11	12	13	16	17	18	19	20	21	
<b>ПП</b>	<b>Профессиональная подготовка</b>					<b>4644</b>	<b>1548</b>	<b>3096</b>	<b>1267</b>	<b>1799</b>	<b>30</b>	<b>252</b>	<b>576</b>	<b>576</b>	<b>648</b>	<b>576</b>	<b>612</b>	<b>342</b>	<b>342</b>
	<b>Обязательная часть учебных циклов</b>					<b>1080</b>	<b>360</b>	<b>720</b>	<b>242</b>	<b>478</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>338</b>	<b>92</b>	<b>112</b>	<b>52</b>	<b>42</b>	<b>84</b>
<b>ОГСЭ.00</b>	<b>Общий гуманитарный и социально-экономический цикл</b>	<b>0</b>		<b>3</b>		<b>660</b>	<b>220</b>	<b>440</b>	<b>96</b>	<b>344</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>114</b>	<b>72</b>	<b>112</b>	<b>52</b>	<b>42</b>	<b>48</b>
ОГСЭ.01	Основы философии			3		58	10	48	48							48			
ОГСЭ.02	История			1		58	10	48	48					48					
ОГСЭ.03	Иностранный язык			6		200	28	172		172				34	36	32	18	23	29
ОГСЭ.04	Физическая культура			2,4,6*		344	172	172		172				32	36	32	34	19	19
	<b>Вариативная часть циклов ОПОП</b>	<b>0</b>		<b>2</b>		<b>210</b>	<b>70</b>	<b>140</b>	<b>90</b>	<b>50</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>104</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>36</b>
ОГСЭ.05	Введение в специальность: общие компетенции профессионала			1		54	18	36	36					36					
ОГСЭ.06	Эффективное поведение на рынке труда				8	48	12	36	20	16									36
ОГСЭ.07	Риторика			1		108	40	68	34	34				68					
<b>ЕН.00</b>	<b>Математический и общий естественнонаучный цикл</b>	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>210</b>	<b>70</b>	<b>140</b>	<b>56</b>	<b>84</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>120</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
ЕН.01	Математика	1				72	24	48	24	24				48					
ЕН.02	Экологические основы природопользования			1		48	16	32	32					32					
ЕН.03	Информатика			2		90	30	60		60				40	20				
<b>П.00</b>	<b>Профессиональный цикл</b>					<b>3564</b>	<b>1188</b>	<b>2376</b>	<b>1025</b>	<b>1321</b>	<b>30</b>	<b>252</b>	<b>576</b>	<b>238</b>	<b>556</b>	<b>464</b>	<b>560</b>	<b>300</b>	<b>258</b>
<b>ОП.00</b>	<b>Общепрофессиональные дисциплины</b>	<b>3</b>		<b>2</b>		<b>924</b>	<b>308</b>	<b>616</b>	<b>313</b>	<b>303</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>152</b>	<b>212</b>	<b>168</b>	<b>44</b>	<b>0</b>
ОП.01	Рисунок с основами перспективы	3				236	86	150	80	70				40	72	38			
ОП.02	Живопись с основами цветоведения	4				266	62	204	102	102				80	16	108			
ОП.03	История изобразительного искусства			5		175	71	104	65	39						60	44		
ОП.04	Экономика организации	3				145	55	90	46	44					90				
ОП.05	Безопасность жизнедеятельности			3		102	34	68	20	48					68				
	<b>Вариативная часть циклов ОПОП</b>	<b>0</b>		<b>5</b>		<b>840</b>	<b>276</b>	<b>564</b>	<b>262</b>	<b>302</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>36</b>	<b>98</b>	<b>158</b>	<b>124</b>	<b>116</b>
ОП.06	Деловое общение			4		117	59	58	20	38					28	30			
ОП.07	Психология рекламы			6		194	66	128	64	64						20	32	76	
ОП.08	Стратегия и тактика рекламных и пиар-компаний компаний			4		152	78	74	40	34					38	36			
ОП.09	Интернет-маркетинг			5		232	20	212	106	106				32	36	32	72	40	
ОП.10	Речевое воздействие в рекламе			6		145	53	92	32	60								52	40
<b>ПМ.00</b>	<b>Профессиональные модули</b>	<b>9</b>		<b>15</b>		<b>1800</b>	<b>604</b>	<b>1196</b>	<b>450</b>	<b>716</b>	<b>30</b>	<b>252</b>	<b>576</b>	<b>166</b>	<b>368</b>	<b>154</b>	<b>234</b>	<b>132</b>	<b>142</b>
<b>ПМ.01</b>	<b>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>	<b>5(к)</b>				<b>379</b>	<b>121</b>	<b>258</b>	<b>92</b>	<b>166</b>	<b>0</b>	<b>72</b>	<b>180</b>	<b>0</b>	<b>72</b>	<b>38</b>	<b>70</b>	<b>78</b>	<b>0</b>
МДК.01.01.	Художественное проектирование рекламного продукта	4				270	90	180	72	108				72	38	70			
МДК.01.02.	Разработка творческой концепции рекламного продукта			5		109	31	78	20	58								78	
УП.01				5								72						72	

1	2			5	6	7	8	9	10	11	12	13	16	17	18	19	20	21
ПП.01.				5								180					180	
<b>ПМ.02</b>	<b>Производство рекламной продукции</b>	4(к)			<b>825</b>	<b>275</b>	<b>550</b>	<b>196</b>	<b>324</b>	<b>30</b>	<b>108</b>	<b>180</b>	<b>166</b>	<b>224</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
МДК.02.01.	Выполнение рекламных проектов в материале	4			252	84	168	56	82	30			38	48	40	42		
МДК.02.02.	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	2			189	63	126	60	66				60	66				
МДК.02.03.	Техника и технологии рекламной фотографии			2	192	64	128	40	88				68	60				
МДК.02.04	Техника и технологии рекламного видео			4	192	64	128	40	88					50	40	38		
УП.02				2							108			108				
ПП.02.				4								180				180		
<b>ПМ.03</b>	<b>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</b>	4(к)			<b>185</b>	<b>65</b>	<b>120</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>84</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
МДК.03.01	Маркетинг в рекламе			4	114	42	72	36	36						36	36		
МДК.03.02	Правовое обеспечение в рекламной деятельности			4	71	23	48	24	24							48		
УП.03.				4							36					36		
ПП.03.				4								36				36		
<b>ПМ.04</b>	<b>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>	6(к)			<b>308</b>	<b>112</b>	<b>196</b>	<b>98</b>	<b>98</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>144</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	<b>142</b>
МДК.04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности			6	308	112	196	98	98								54	142
УП.04.				6								144						144
ПП.04.				6								144						144
<b>ПМ.05</b>	<b>Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)</b>	2(к)			<b>103</b>	<b>31</b>	<b>72</b>	<b>4</b>	<b>68</b>	<b>0</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
МДК.05.01	Основы рекламы, организация рекламной деятельности	2			103	31	72	4	68					72				
УП.05.				2							36			36				
ПП.05.				2								36		36				
	<b>Всего</b>				<b>4644</b>	<b>1548</b>	<b>3096</b>	<b>1267</b>	<b>1799</b>	<b>30</b>	<b>252</b>	<b>576</b>	<b>576</b>	<b>648</b>	<b>576</b>	<b>612</b>	<b>342</b>	<b>342</b>
<b>ПДП.00</b>	<b>Производственная практика (преддипломная)</b>																	4 нед.
<b>ГИА.00</b>	<b>Государственная итоговая) аттестация</b>																	6 нед.
<b>ГИА.01</b>	<b>Подготовка выпускной квалификационной работы</b>																	4 нед.
<b>ГИА.02</b>	<b>Защита выпускной квалификационной работы</b>																	2 нед.
<b>К.00</b>	Консультации - 4 часа на одного обучающегося в год												576	648	576	612	342	342
<b>* не входит в общее количество зачетов и экзаменов</b>									<b>Всего</b>	дисциплин и МДК			576	648	576	612	342	342
										учебной практики (нед)				4		1	2	
										производственной практики/ преддипломная практика (нед)				1		6	5	4/4
										экзаменов			1	3	2	5	1	1
										дифф. зачетов зачетов			4	5	2	8	5	5



## 6. Пояснения к учебному плану

1. Настоящий учебный план разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама» утвержденным приказом Министерства образования и науки России от 12.05.2014 г. № 510, зарегистрированным в Министерстве юстиции России 26.06.2014 г. № 32859

2. Начало учебных занятий на всех курсах -1 сентября, окончание - в соответствии с графиком учебного процесса.

3. Продолжительность учебной недели – шестидневная: продолжительность занятий 45 мин.

4. Максимальный объем аудиторной нагрузки составляет 36 академических часов в неделю.

6. Объем времени, отведенный на вариативную часть циклов ОПОП (928 часов), использован:

- на введение дополнительных дисциплин в общий гуманитарный и социально-экономический цикл ОПОП – 140 часов: Введение в специальность: общие компетенции профессионала – 36 часов; Эффективное поведение на рынке труда – 36 часа; Риторика – 68 часов;

- на введение новых дисциплин в общепрофессиональные дисциплины – 564 часа: Деловое общение – 58 часов; Психология рекламы – 128 часов; Стратегия и тактика рекламных и пиар-компаний – 74 часа; Интернет-маркетинг - 212; Речевое воздействие в рекламе – 92 часа.

- на увеличение объема часов по профессиональным модулям - 224 часа: МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале - 24 часа; МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии - 50 часов; МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео - 50 часов; МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности - 100 часов

7. Объем часов по дисциплине «Физическая культура» реализуется за счет часов, указанных в учебном плане, так и за счет различных форм внеаудиторных занятий в спортивных клубах и секциях.

8. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на изучение дисциплин или профессионального модуля.

9. Выполнение курсовых работ (проектов) является видом учебной работы по профессиональным модулям, которые реализуются в пределах времени, отведенного на их изучение.

10. Консультации предусмотрены из расчета 4 часа на одного обучающегося на каждый учебный год.

11. Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводится в рамках профессиональных модулей, рассредоточены по семестрам, Производственная практика (преддипломная) проводится концентрированно.

12. В рамках реализации ОПОП обучающиеся осваивают рабочую профессию 20032 «Агент рекламный» согласно приложения к ФГОС.

13. Государственная итоговая аттестация предусматривается в виде защиты выпускной квалификационной работы.

