

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация "Международный Восточно-Европейский Колледж"

План одобрен Педагогическим советом колледжа
Протокол № 1 от 26.08.2026

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Новикова В.В.

31.08.2026 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования

42.02.01

Направление 42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация: специалист по рекламе
Форма обучения: Заочная
Срок получения образования по ОП: 2 г. 6 м.
Уровень образования при приеме на обучение: среднее общее образование

Год начала подготовки (по учебному плану)	2026
Учебный год	2026-2027
Образовательный стандарт (ФГОС)	№ 552 от 21.07.2023

Основной	Виды деятельности
+	проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
+	разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
+	продвижение 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

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь				29 - 5	Октябрь			27 - 2	Ноябрь				Декабрь				29 - 4	Январь			26 - 1	Февраль			23 - 1	Март				30 - 5	Апрель			27 - 3	Май				Июнь				29 - 5
Числа	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		6 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		5 - 11	12 - 18	19 - 25		2 - 8	9 - 15	16 - 22		2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29		6 - 12	13 - 19	20 - 26		4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	
Нед	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
I																Э	Э	К	К																У	У	П	П	П	П	Э	Э	К	
II											У	П	П	П	П	Э	Э	К	К																У	У	П	П	П	П	Э	Э	К	
III																		К	К	Э	Г	Г	Г	Г	Г	Г	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Курс 3		Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Всего	
	Теоретическое обучение	15	16	31	10	16	26	17	17	74
У	Учебная практика		2	2	1	2	3			5
П	Производственная практика (по профилю специальности)		4	4	4	4	8			12
Э	Промежуточная аттестация	2	2	4	2	2	4	1	1	9
Г	Государственная итоговая аттестация							6	6	6
К	Каникулы	2	9	11	2	9	11	2	2	24
Итого		19	33	52	19	33	52	26	26	130

Июль			27 - 2	Август			
6 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31
45	46	47	48	49	50	51	52
К	К	К	К	К	К	К	К
К	К	К	К	К	К	К	К
И	И	И	И	И	И	И	И

Структура образовательной программы	Объем образовательной программы в академических часах	
	ФГОС	УП
		Фактическое
Дисциплины (модули)	1476	2124
Практики	432	612
Государственная итоговая аттестация	216	216
Общий объем образовательной программы:		
на базе среднего общего образования	2952	2952

-	-	-	Формы пром. атт.				Итого акад.часов							Объём ОП		Курс 1	
																Семест р 1	Семест р 2
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экза мен	Диффе ренцир ованны й зачет	КР	Итогов ая контро льная работа	Трудо- емкость	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	ПАтт	Пр. подгот	Обяз. часть	Вар. часть	Итого	Итого
ПП.ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА							2952	2952	1080	1058	1680	192		1914	1038	476	868
СГ.Социально-гуманитарный цикл							364	364	40	40	324			296	68	152	68
+	СГ.01	История России				1	38	38	4	4	34			38		38	
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		3			38	38	4	4	34			38			
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		2			68	68	8	8	60			68			68
+	СГ.04	Физическая культура		1			78	78	8	8	70			78		78	
+	СГ.05	Основы бережливого производства				4	38	38	4	4	34			38			
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности				5	36	36	4	4	32			36			
+	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала		1			36	36	4	4	32				36	36	
+	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда				5	32	32	4	4	28				32		
ОП.Общепрофессиональный цикл							980	980	114	106	806	60		436	544	324	256
+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе		1			56	56	6	6	50			56		56	
+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	1				88	88	10	10	66	12		88		88	
+	ОП.03	История экранных искусств				2	56	56	6	6	50			56			56
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1				104	104	14	12	78	12		104		104	
+	ОП.05	Психология рекламы				2	56	56	6	6	50			56			56
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	1				76	76	10	8	54	12		76		76	
+	ОП.07	Деловое общение		4			58	58	6	6	52				58		
+	ОП.08	Речевое воздействие в рекламе				4	36	36	4	4	32				36		
+	ОП.09	Основы рекламного производства		3			72	72	8	8	64				72		
+	ОП.10	Проектная и компьютерная графика	3				90	90	12	10	66	12			90		
+	ОП.11	Техника и технология рекламного видео				2	72	72	8	8	64				72		72
+	ОП.12	Техника и технология рекламного фото				2	72	72	8	8	64				72		72
+	ОП.13	Проектное управление	5				144	144	16	14	116	12			144		
П.Профессиональный цикл							1392	1392	710	696	550	132		966	426		544
+	ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	222	22			270	270	126	122	108	36		222	48		270
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2				80	80	10	8	58	12		80			80

+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				70	70	8	6	50	12		70			70
+	УП.01	Учебная практика		2			36	36	36	36				36			36
+	ПП.01	Производственная практика		2			72	72	72	72				36	36		72
+	ПМ.01.01(К)	Экзамен по модулю "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"	2				12	12				12			12		12
+	ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	22	222			274	274	126	124	124	24		226	48		274
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		2			54	54	6	6	48			54			54
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				100	100	12	10	76	12		100			100
+	УП.02	Учебная практика		2			36	36	36	36				36			36
+	ПП.02	Производственная практика		2			72	72	72	72				36	36		72
+	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"	2				12	12				12			12		12
+	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	333	33			396	396	206	202	154	36		262	134		
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	3				94	94	12	10	70	12		80	14		
+	МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	3				110	110	14	12	84	12		110			
+	УП.03	Учебная практика		3			36	36	36	36				36			
+	ПП.03	Производственная практика		3			144	144	144	144				36	108		
+	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	3				12	12				12			12		
+	ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	444	44	4		452	452	252	248	164	36		256	196		
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		4		102	102	22	20	68	12		90	12		
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	4				122	122	14	12	96	12		94	28		

+	УП.04	Учебная практика		4			72	72	72	72				36	36		
+	ПП.04	Производственная практика		4			144	144	144	144				36	108		
+	ПМ.04.01(К)	Экзамен по модулю "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"	4				12	12				12			12		
ГИА.Государственная итоговая аттестация							216	216	216	216				216			
+	ГИА.02	Демонстрационный экзамен					216	216	216	216				216			

Курс 2		Курс 3		Закрепленная кафедра	
Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6		
Итого	Итого	Итого	Итого	Код	Наименование
596	584	428			
38	38	68			
38					
	38				
		36			
		32			
162	94	144			
	58				
	36				
72					
90					
		144			
396	452				

396					
94					
110					
36					
144					
12					
	452				
	102				
	122				

	72				
	144				
	12				
		216			
		216			

-	-	-	Формы пром. атт.				Итого акад.часов					Объём ОП					
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Дифференцированный зачет	КР	Итоговая контрольная работа	Трудоемкость	По плану	Конт. раб.	СР	ПАТТ	Обяз. часть	Вар. часть	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр
ПП.ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА							2952	2952	1080	1680	192	1914	1038	476	56	28	24
СГ.Социально-гуманитарный цикл							364	364	40	324		296	68	152	16	8	8
+	СГ.01	История России				1	38	38	4	34		38		38	4	2	2
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		3			38	38	4	34		38					
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		2			68	68	8	60		68					
+	СГ.04	Физическая культура		1			78	78	8	70		78		78	8	4	4
+	СГ.05	Основы бережливого производства				4	38	38	4	34		38					
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности				5	36	36	4	32		36					
+	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала		1			36	36	4	32			36	36	4	2	2
+	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда				5	32	32	4	28			32				
ОП.Общепрофессиональный цикл							980	980	114	806	60	436	544	324	40	20	16
+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе		1			56	56	6	50		56		56	6	4	2
+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	1				88	88	10	66	12	88		88	10	4	6
+	ОП.03	История экранных искусств				2	56	56	6	50		56					
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1				104	104	14	78	12	104		104	14	8	4
+	ОП.05	Психология рекламы				2	56	56	6	50		56					
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	1				76	76	10	54	12	76		76	10	4	4
+	ОП.07	Деловое общение		4			58	58	6	52			58				
+	ОП.08	Речевое воздействие в рекламе				4	36	36	4	32			36				
+	ОП.09	Основы рекламного производства		3			72	72	8	64			72				
+	ОП.10	Проектная и компьютерная графика	3				90	90	12	66	12		90				
+	ОП.11	Техника и технология рекламного видео				2	72	72	8	64			72				
+	ОП.12	Техника и технология рекламного фото				2	72	72	8	64			72				
+	ОП.13	Проектное управление	5				144	144	16	116	12		144				
П.Профессиональный цикл							1392	1392	710	550	132	966	426				
+	ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	222	22			270	270	126	108	36	222	48				
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2				80	80	10	58	12	80					
+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				70	70	8	50	12	70					

+	УП.01	Учебная практика		2			36	36	36			36				
+	ПП.01	Производственная практика		2			72	72	72			36	36			
+	ПМ.01.01(К)	Экзамен по модулю "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"	2				12	12			12		12			
+	ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	22	222			274	274	126	124	24	226	48			
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		2			54	54	6	48		54				
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				100	100	12	76	12	100				
+	УП.02	Учебная практика		2			36	36	36			36				
+	ПП.02	Производственная практика		2			72	72	72			36	36			
+	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"	2				12	12			12		12			
+	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	333	33			396	396	206	154	36	262	134			
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	3				94	94	12	70	12	80	14			
+	МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	3				110	110	14	84	12	110				
+	УП.03	Учебная практика		3			36	36	36			36				
+	ПП.03	Производственная практика		3			144	144	144			36	108			
+	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	3				12	12			12		12			
+	ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	444	44	4		452	452	252	164	36	256	196			
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		4		102	102	22	68	12	90	12			
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	4				122	122	14	96	12	94	28			
+	УП.04	Учебная практика		4			72	72	72			36	36			
+	ПП.04	Производственная практика		4			144	144	144			36	108			

+	ПМ.04.01(К)	Экзамен по модулю "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"	4				12	12			12		12				
ГИА.Государственная итоговая аттестация							216	216	216			216					
+	ГИА.02	Демонстрационный экзамен					216	216	216			216					

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Индекс	Содержание
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
Вид деятельности: проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы.
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка.
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов.
ПК 1.4.	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
Вид деятельности: разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.
Вид деятельности: продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.
Вид деятельности: создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Тип
ОК
ОК
ОК
ОК
ОК
ОК
ОК
ОК
ОК
ПК
ПК
ПК
ПК
ПК
ПК
ПК
ПК
ПК
ПК
ПК
ПК

Индекс	Наименование
ПП	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА
СГ	Социально-гуманитарный цикл
СГ.01	История России
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности
СГ.04	Физическая культура
СГ.05	Основы бережливого производства
СГ.06	Основы финансовой грамотности
СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала
СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда
ОП	Общепрофессиональный цикл
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности
ОП.03	История экранных искусств
ОП.04	Рекламная деятельность
ОП.05	Психология рекламы
ОП.06	Русский язык и культура речи
ОП.07	Деловое общение
ОП.08	Речевое воздействие в рекламе
ОП.09	Основы рекламного производства
ОП.10	Проектная и компьютерная графика
ОП.11	Техника и технология рекламного видео
ОП.12	Техника и технология рекламного фото
ОП.13	Проектное управление
П	Профессиональный цикл
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов
МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
УП.01	Учебная практика
ПП.01	Производственная практика
ПМ.01.01(К)	Экзамен по модулю "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"
ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
УП.02	Учебная практика
ПП.02	Производственная практика
ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет
МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
УП.03	Учебная практика
ПП.03	Производственная практика
ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений
МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки
УП.04	Учебная практика
ПП.04	Производственная практика
ПМ.04.01(К)	Экзамен по модулю "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"
ГИА	Государственная итоговая аттестация
ГИА.02	Демонстрационный экзамен

Формируемые компетенции

[illegible]

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
--------	--------------	-------------	--------------------------

Индекс

№	Индекс	Наименование	Семестр 1										Неделя	Се				
			Контроль	Академических часов								Контроль		Всего	Академ			
				Всего	Кон такт.	Лек	Пр	КРП	ИП	Конс	СР				Контр оль	Контроль	Всего	Кон такт.
ИТОГО (с факультативами)				476								17		868				
ИТОГО по ОП (без факультативов)				476										868				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			29,34										37				
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			18										30				
	Аудиторная нагрузка			3,47										4,13				
	Контактная работа			3,74										4,5				
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				476	56	28	24			4	384	36	ТО: 15 Э: 2		652	72	38	28
1	СГ.01	История России	К	38	4	2	2				34							
2	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности												ЗаО	68	8	4	4
3	СГ.04	Физическая культура	ЗаО	78	8	4	4				70							
4	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала	ЗаО	36	4	2	2				32							
5	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	ЗаО	56	6	4	2				50							
6	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	Эк	88	10	4	6				66	12						
7	ОП.03	История экранных искусств												К	56	6	4	2
8	ОП.04	Рекламная деятельность	Эк	104	14	8	4			2	78	12						
9	ОП.05	Психология рекламы												К	56	6	4	2
10	ОП.06	Русский язык и культура речи	Эк	76	10	4	4			2	54	12						
11	ОП.11	Техника и технология рекламного видео												К	72	8	4	4
12	ОП.12	Техника и технология рекламного фото												К	72	8	4	4
13	ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта												Эк(3) ЗаО(2)	270	126	8	114
14	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов												Эк	80	10	4	4
15	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий												Эк	70	8	4	2
16	ПМ.01.01(К)	Экзамен по модулю "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"												Эк	12			

17	ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий													Эк(2) ЗаО(3)	274	126	10	114
18	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий													ЗаО	54	6	4	2
19	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий													Эк	100	12	6	4
20	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"													Эк	12			
ПРАКТИКИ		(План)														216	216		216
	УП.01	Учебная практика													ЗаО	36	36		36
	УП.02	Учебная практика													ЗаО	36	36		36
	ПП.01	Производственная практика													ЗаО	72	72		72
	ПП.02	Производственная практика													ЗаО	72	72		72
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)																	
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(3) ЗаО(2) К											Эк(5)					
КАНИКУЛЫ													2						

[illegible]

		2	124	24		Эк(2) ЗАО(3)	274	126	10	114			2	124	24			2
			48			ЗАО	54	6	4	2				48				2
		2	76	12		Эк	100	12	6	4			2	76	12			2
				12		Эк	12								12			2
					6		216	216		216						6		
					1	ЗАО	36	36		36						1		2
					1	ЗАО	36	36		36						1		2
					2	ЗАО	72	72		72						2		2
					2	ЗАО	72	72		72						2		2
ЗАО(6) К(4)						Эк(8) ЗАО(8) К(5)												
					9											11		

№	Индекс	Наименование	Семестр 3										Неделя	Се				
			Контроль	Академических часов								Контроль		Всего	Академ			
				Всего	Кон такт.	Лек	Пр	КРП	ИП	Конс	СР				Контр оль	Кон такт.	Лек	Пр
ИТОГО (с факультативами)				596								17		584				
ИТОГО по ОП (без факультативов)				596										584				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			36,8										20,75				
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			24										18				
	Аудиторная нагрузка			4,4										2,88				
	Контактная работа			5										3,13				
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				416	50	22	22			6	318	48	ТО: 10 Э: 2		368	50	20	16
1	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	ЗаО	38	4	2	2				34							
2	СГ.05	Основы бережливого производства												К	38	4	2	2
3	ОП.07	Деловое общение												ЗаО	58	6	4	2
4	ОП.08	Речевое воздействие в рекламе												К	36	4	2	2
5	ОП.09	Основы рекламного производства	ЗаО	72	8	4	4				64							
6	ОП.10	Проектная и компьютерная графика	Эк	90	12	4	6			2	66	12						
7	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Эк(3) ЗаО(2)	396	206	12	190			4	154	36						
8	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Эк	94	12	6	4			2	70	12						
9	МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	Эк	110	14	6	6			2	84	12						
10	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	Эк	12								12						
11	ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях												Эк(3) ЗаО(2) КР	452	252	12	226
12	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений												Эк КР	102	22	6	4

13	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки												Эк	122	14	6	6
14	ПМ.04.01(К)	Экзамен по модулю "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"												Эк	12			
ПРАКТИКИ		(План)		180	180		180						5		216	216		216
	УП.03	Учебная практика	ЗачО	36	36		36						1					
	УП.04	Учебная практика												ЗачО	72	72		72
	ПП.03	Производственная практика	ЗачО	144	144		144						4					
	ПП.04	Производственная практика												ЗачО	144	144		144
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)																
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(4) ЗачО(4)											Эк(3) ЗачО(3)				
КАНИКУЛЫ													2					

Семестр 4					Итого за курс												Каф.	Семестр
Академических часов					Неделя	Контроль	Академических часов								Неделя			
КРП	ИП	Конс	СР	Контр оль			Всего	Кон такт.	Лек	Пр	КРП	ИП	Конс	СР		Контр оль		
					24		1180									41		
							1180											
							28,78											
							21											
							3,64											
							4,07											
10		4	282	36	ТО: 16 Э: 2		784	100	42	38	10		10	600	84	ТО: 26 Э: 4		
						ЗаО	38	4	2	2				34				3
			34			К	38	4	2	2				34				4
			52			ЗаО	58	6	4	2				52				4
			32			К	36	4	2	2				32				4
						ЗаО	72	8	4	4				64				3
						Эк	90	12	4	6			2	66	12			3
						Эк(3) ЗаО(2)	396	206	12	190			4	154	36			3
						Эк	94	12	6	4			2	70	12			3
						Эк	110	14	6	6			2	84	12			3
						Эк	12								12			3
10		4	164	36		Эк(3) ЗаО(2) КР	452	252	12	226	10		4	164	36		4	
10		2	68	12		Эк КР	102	22	6	4	10		2	68	12		4	

		2	96	12		Эк	122	14	6	6			2	96	12			4
				12		Эк	12								12			4
					6		396	396		396						11		
						ЗаО	36	36		36						1		3
					2	ЗаО	72	72		72						2		4
						ЗаО	144	144		144						4		3
					4	ЗаО	144	144		144						4		4
аО(3) КР К(2)						Эк(7) ЗаО(7) КР К(2)												
					9											11		

№	Индекс	Наименование	Семестр 5										Неделя	Контроль	Академ			
			Контроль	Академических часов								Всего			Кон такт.	Лек	Пр	
				Всего	Кон такт.	Лек	Пр	КРП	ИП	Конс	СР							Контр оль
ИТОГО (с факультативами)				428								24						
ИТОГО по ОП (без факультативов)				428														
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			11,77														
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			12														
	Аудиторная нагрузка			1,3														
	Контактная работа			1,42														
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				212	24	8	14			2	176	12	ТО: 17 Э: 1					
1	СГ.06	Основы финансовой грамотности	К	36	4	2	2				32							
2	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда	К	32	4	2	2				28							
3	ОП.13	Проектное управление	Эк	144	16	4	10			2	116	12						
ПРАКТИКИ		(План)																
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)		216	216		216						6					
	ГИА.02	Демонстрационный экзамен		216	216		216						6					
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк К(2)															
КАНИКУЛЫ													2					

Семестр 6						Итого за курс												Каф.	Семестр
Академических часов					Неделя	Контроль	Академических часов								Неделя				
КРП	ИП	Конс	СР	Контр оль			Всего	Кон такт.	Лек	Пр	КРП	ИП	Конс	СР		Контр оль			
							428									24			
							428												
							5,89												
							6												
							0,65												
							0,71												
					ТО: Э:		212	24	8	14			2	176	12	ТО: 17 Э: 1			
						К	36	4	2	2				32				5	
						К	32	4	2	2				28				5	
						Эк	144	16	4	10			2	116	12			5	
							216	216		216						6			
							216	216		216						6		5	
						Эк К(2)													
																2			

-	-	-	-	Общий объем в семестре		Объем практической подготовки (акад. час)						
Считать в плане	Индекс	Наименование	Семестр/ Курс	з.е.	Часов	Итого	Лек пр. подгот	Пр пр. подгот	КРП пр. подгот	ИП пр. подгот	Конс пр. подгот	СР пр. подгот
СГ.Социально-гуманитарный цикл												
+	СГ.01	История России	1		38							
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	3		38							
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	2		68							
+	СГ.04	Физическая культура	1		78							
+	СГ.05	Основы бережливого производства	4		38							
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности	5		36							
+	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала	1		36							
+	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда	5		32							
ОП.Общепрофессиональный цикл												
+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	1		56							
+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	1		88							
+	ОП.03	История экранных искусств	2		56							
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1		104							
+	ОП.05	Психология рекламы	2		56							
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	1		76							
+	ОП.07	Деловое общение	4		58							
+	ОП.08	Речевое воздействие в рекламе	4		36							
+	ОП.09	Основы рекламного производства	3		72							
+	ОП.10	Проектная и компьютерная графика	3		90							
+	ОП.11	Техника и технология рекламного видео	2		72							
+	ОП.12	Техника и технология рекламного фото	2		72							
+	ОП.13	Проектное управление	5		144							
П.Профессиональный цикл												
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2		80							
+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2		70							
+	УП.01	Учебная практика	2		36							
+	ПП.01	Производственная практика	2		72							
+	ПМ.01.01(К)	Экзамен по модулю "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"	2		12							

Контроль пр. подгот	

[illegible]

Название практики	Курс	Сем. курса	Кафедра	+	Продолжительность (недель)	Студ.	Часов					
							на студента	на студента в неделю	на подгруппу	на подгруппу в неделю		
Вид практики: Учебная практика												
	УП.01 Учебная практика	1	2			1						
	УП.02 Учебная практика	1	2			1						
	УП.03 Учебная практика	2	1			1						
	УП.04 Учебная практика	2	2			2						
Вид практики: Производственная практика												
	ПП.01 Производственная практика	1	2			2						
	ПП.02 Производственная практика	1	2			2						
	ПП.03 Производственная практика	2	1			4						
	ПП.04 Производственная практика	2	2			4						
	Итого по факту											
	Итого по плану					17						

Вид	Курс	Сем	Каф.	Студ.	Замечания
Разработка творческих рекламных решений					
КР	2	2		0	

		Итого		Курс 1			Курс 2			Курс 3		
		Часов		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6
		Не менее	Факт									
	Итого по ОП		2952	1344	476	868	1180	596	584	428	428	
ПП	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА		2952	1344	476	868	1180	596	584	428	428	
СГ	Социально-гуманитарный цикл		364	220	152	68	76	38	38	68	68	
ОП	Общепрофессиональный цикл		980	580	324	256	256	162	94	144	144	
П	Профессиональный цикл		1392	544		544	848	396	452			
ГИА	Государственная итоговая аттестация		216							216	216	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	Период ТО	26.11	-	29.34	37	-	36.8	20.75	-	11.77	
		Период атт.	21.34	-	18	30	-	24	18	-	12	
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП	3.41	-	3.74	4.5	-	5	3.13	-	1.42	
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)		8	3	5	7	4	3	1	1	
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)		8	2	6	7	4	3			
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)					1		1			
		КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА (К)		5	1	4	2		2	2	2	
	Доля учебных занятий и практик в ОП (%)		31.57%									
	Доля практик в профессиональном цикле (%)		43.96%									

Вид работы	Каф.	Студ.	Часов на студ.	Трудоемкость
------------	------	-------	----------------	--------------

Консультации по

Комиссия №1			
Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость

Член комиссии

Примечания к комиссиям ГЭК

Комиссия №1			
Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость

Член комиссии

Дежурство

Примечания к комиссиям ГЭК

В АС Нагрузка применять только для указанного контингента

False

Нормы часов (акад.)	
Академических часов в одной зачетной единице трудоемкости (з.е.)	36
Максимальная учебная нагрузка в неделю в период ТО (акад.час/нед)	54
Минимальный объем обязат. контактной работы за учебный год (акад.час/год)	0
Максимальный объем обязат. контактной работы за учебный год (акад.час/год)	160

Нормы часов (акад.) форм контроля	
Часов на экзамен	9
Часов на зачет	4
Часов на зачет с оценкой	4

Номер	Аббревиатура	Название кафедры
-------	--------------	------------------

ПЕРЕЧЕНЬ ЛАИ

№

БОРАТОРИЙ, КАБИНЕТОВ, МАСТЕРСКИХ И ДР.

Наименование
