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

План одобрен Педагогическим советом колледж а
Протокол № 1 от 28.08.2025

УТВЕРЖДАЮ
Директор

_____ *Новикова В.В.*

29.08.2025 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования

МВЕК Подписано цифровой подписью: МВЕК Дата: 2026.11.03 11:50:20 +04'00'

42.02.01

42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация: Специалист по рекламе

Форма обучения: Очная
Срок получения образования по ОП: 1 г. 10 м.
Уровень образования при приеме на обучение: среднее общее образование

Год начала подготовки (по учебному плану) 2025
Учебный год 2025-2026
Образовательный стандарт (ФГОС) № 552 от 21.07.2023

Код	*Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности*
11	СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ

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	К	К																			У	П	П	Э	Э	К
II									У	У	П	П	П	П	П	П	Э	К	К											У	У	П	П	П	П	Э	Г	Г	Г	Г	Г	Г	=

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение	16	19	35	8	11	19	54
У	Учебная практика		1	1	2	2	4	5
П	Производственная практика (по профилю специальности)		2	2	6	4	10	12
Э	Промежуточная аттестация	1	2	3	1	1	2	5
Г	Государственная итоговая аттестация					6	6	6
К	Каникулы	2	9	11	2		2	13
Итого		19	33	**52**	19	24	**43**	95

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
=	=	=	=	=	=	=	=

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	
																Семестр 1	Семестр 2
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Дифзачет	КР	Итоговая КР	Трудо-емкость	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	ПАтт	Пр. подгот	Обяз. часть	Вар. часть	Итого	Итого
ПП.ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА							2952	2952	2702	2680	114	136		2052	900	612	864
СГ.Социально-гуманитарный цикл							364	364	352	352	12			296	68	68	188
+	СГ.01	История России		2			38	38	36	36	2			38			38
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности				2	38	38	32	32	6			38		12	26
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		2			68	68	68	68				68			68
+	СГ.04	Физическая культура		4			78	78	78	78				78		20	18
+	СГ.05	Основы бережливого производства				2	38	38	38	38				38			38
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности				4	36	36	32	32	4			36			
+	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала		1			36	36	36	36					36	36	
+	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда				4	32	32	32	32					32		
ОП.Общепрофессиональный цикл							980	980	902	892	38	40		400	580	474	310
+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	2				56	56	44	42	4	8		56		20	36
+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности		4			88	88	88	88				88			
+	ОП.03	История экранных искусств				2	38	38	36	36	2			38			38
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1				104	104	88	86	8	8		104		104	
+	ОП.05	Психология рекламы				2	38	38	38	38				38			38
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	1				76	76	60	58	8	8		76		76	
+	ОП.07	Введение в креативные индустрии		1			108	108	108	108					108	108	
+	ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий		1			72	72	72	72					72	72	
+	ОП.09	Деловое общение				2	58	58	58	58					58		58
+	ОП.10	Речевое воздействие в рекламе		2			72	72	72	72					72	36	36
+	ОП.11	Основы рекламного производства	2				72	72	64	62		8			72	36	36
+	ОП.12	Проектная и компьютерная графика	2				90	90	82	80		8			90	22	68
+	ОП.13	Техника и технология рекламного видео		4			36	36	36	36					36		
+	ОП.14	Юнит-экономика		4			72	72	56	56	16				72		
П.Профессиональный цикл							1392	1392	1232	1220	64	96		1140	252	70	366
+	ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	**22**	**222**			276	**276**	**238**	**236**	**18**	**20**		240	36	70	206
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2				86	86	68	66	10	8		86		40	46
+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		2			70	70	62	62	8			70		30	40
+	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**	**233**	**33**			316	**316**	**266**	**262**	**22**	**28**		244	72		120
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				54	54	36	34	10	8		54			54
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	3				106	106	86	84	12	8		106			66
+	УП.02	Учебная практика		3			36	36	36	36				36			
+	ПП.02	Производственная практика		3			108	108	108	108				36	72		
+	ПМ.02.01(К)	*Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"*	*3*				12	12				12		12			
+	ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**	**33**	**333**			360	**360**	**330**	**328**	**10**	**20**		288	72		40
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		3			94	94	84	84	10			94			40
+	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	102	100		8		110			
+	УП.03	Учебная практика		3			36	36	36	36				36			
+	ПП.03	Производственная практика		3			108	108	108	108				36	72		
+	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**		440	**440**	**398**	**394**	**14**	**28**		368	72		
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		4		90	90	74	72	8	8		90			
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	4				122	122	108	106	6	8		122			
+	УП.04	Учебная практика		4			72	72	72	72				72			
+	ПП.04	Производственная практика		4			144	144	144	144				72	72		

+	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.01	Демонстрационный экзамен					216	216	216	216				216			

Курс 2		Закрепленная кафедра	
Семестр 3	Семестр 4		
Итого	Итого	Код	Наименование
612	864		
16	92		
16	24		
	36		
	32		
36	160		
	88		
	36		
36	36		
560	396		

196			
40			
36			
108			
12			
320			
54			
110			
36			
108			
12			
44	396		
44	46		
	122		
	72		
	144		

	12		
	216		
	216		

-	-	-	Формы пром. атт.				Итого акад.часов									Объё
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Дифзачет	КР	Итоговая КР	Трудоемкость	По плану	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	Конс	СР	ПАтт	Обяз. часть
ПП.ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА							2952	2952	2702	648	2032		22	114	136	2052
СГ.Социально-гуманитарный цикл							364	364	352	124	228			12		296
+	СГ.01	История России		2			38	38	36	26	10			2		38
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности				2	38	38	32	2	30			6		38
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		2			68	68	68	20	48					68
+	СГ.04	Физическая культура		4			78	78	78	4	74					78
+	СГ.05	Основы бережливого производства				2	38	38	38	18	20					38
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности				4	36	36	32	16	16			4		36
+	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала		1			36	36	36	18	18					
+	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда				4	32	32	32	20	12					
ОП.Общепрофессиональный цикл							980	980	902	342	550		10	38	40	400
+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	2				56	56	44	6	36		2	4	8	56
+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности		4			88	88	88	6	82					88
+	ОП.03	История экранных искусств				2	38	38	36	18	18			2		38
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1				104	104	88	16	70		2	8	8	104
+	ОП.05	Психология рекламы				2	38	38	38	18	20					38
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	1				76	76	60	30	28		2	8	8	76
+	ОП.07	Введение в креативные индустрии		1			108	108	108	64	44					
+	ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий		1			72	72	72	44	28					
+	ОП.09	Деловое общение				2	58	58	58	20	38					
+	ОП.10	Речевое воздействие в рекламе		2			72	72	72	36	36					
+	ОП.11	Основы рекламного производства	2				72	72	64	26	36		2		8	
+	ОП.12	Проектная и компьютерная графика	2				90	90	82	22	58		2		8	
+	ОП.13	Техника и технология рекламного видео		4			36	36	36	8	28					
+	ОП.14	Юнит-экономика		4			72	72	56	28	28			16		
П.Профессиональный цикл							1392	1392	1232	182	1038		12	64	96	1140
+	ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	**22**	**222**			276	**276**	**238**	**48**	**188**		**2**	**18**	**20**	240
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2				86	86	68	28	38		2	10	8	86
+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		2			70	70	62	20	42			8		70
+	УП.01	Учебная практика		2			36	36	36		36					36

+	ПП.01	Производственная практика		2			72	72	72		72					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**	**233**	**33**			316	**316**	**266**	**34**	**228**		**4**	**22**	**28**	244
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				54	54	36	14	20		2	10	8	54
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	3				106	106	86	20	64		2	12	8	106
+	УП.02	Учебная практика		3			36	36	36		36					36
+	ПП.02	Производственная практика		3			108	108	108		108					36
+	ПМ.02.01(К)	*Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"*	*3*				12	12							12	12
+	ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**	**33**	**333**			360	**360**	**330**	**44**	**284**		**2**	**10**	**20**	288
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		3			94	94	84	24	60			10		94
+	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	102	20	80		2		8	110
+	УП.03	Учебная практика		3			36	36	36		36					36
+	ПП.03	Производственная практика		3			108	108	108		108					36
+	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**		440	**440**	**398**	**56**	**338**		**4**	**14**	**28**	368
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		4		90	90	74	20	52		2	8	8	90
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	4				122	122	108	36	70		2	6	8	122
+	УП.04	Учебная практика		4			72	72	72		72					72
+	ПП.04	Производственная практика		4			144	144	144		144					72

+	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.01	Демонстрационный экзамен					216	216	216		216					216

м ОП	Курс 1																Кур							
	Семестр 1								Семестр 2								Семестр 3							
Вар. часть	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	Конс	СР	ПАтт	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	Конс	СР	ПАтт	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	Конс	СР	ПАтт
900	612	570	244	322		4	26	16	864	772	222	540		10	40	52	612	548	70	474		4	24	40
68	68	68	20	48					188	180	66	114			8		16	16		16				
									38	36	26	10			2									
	12	12		12					26	20	2	18			6									
									68	68	20	48												
	20	20	2	18					18	18		18					16	16		16				
									38	38	18	20												
36	36	36	18	18																				
32																								
580	474	440	196	240		4	18	16	310	282	104	172		6	4	24	36	28	14	14			8	
	20	18	2	16			2		36	26	4	20		2	2	8								
									38	36	18	18			2									
	104	88	16	70		2	8	8																
									38	38	18	20												
	76	60	30	28		2	8	8																
108	108	108	64	44																				
72	72	72	44	28																				
58									58	58	20	38												
72	36	36	18	18					36	36	18	18												
72	36	36	18	18					36	28	8	18		2		8								
90	22	22	4	18					68	60	18	40		2		8								
36																								
72																	36	28	14	14			8	
252	70	62	28	34			8		366	310	52	254		4	28	28	560	504	56	444		4	16	40
36	70	**62**	**28**	**34**			**8**		206	**176**	**20**	**154**		**2**	**10**	**20**								
	40	36	18	18			4		46	32	10	20		2	6	8								
	30	26	10	16			4		40	36	10	26			4									
									36	36		36												

36									72	72		72											
									12							*12*							
72									120	**96**	**24**	**70**		**2**	**16**	**8**	196	**170**	**10**	**158**		**2**	**6**	**20**
									54	36	14	20		2	10	8								
									66	60	10	50			6		40	26	10	14		2	6	8
																	36	36		36				
72																	108	108		108				
																	12							*12*
72									40	**38**	**8**	**30**			**2**		320	**292**	**36**	**254**		**2**	**8**	**20**
									40	38	8	30			2		54	46	16	30			8	
																	110	102	20	80		2		8
																	36	36		36				
72																	108	108		108				
																	12							*12*
72																	44	**42**	**10**	**32**			**2**	
																	44	42	10	32			2	
72																								

ıс 2							
Семестр 4							
Итого	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	Конс	СР	ПАтт
864	812	112	696		4	24	28
92	88	38	50			4	
24	24	2	22				
36	32	16	16			4	
32	32	20	12				
160	152	28	124			8	
88	88	6	82				
36	36	8	28				
36	28	14	14			8	
396	356	46	306		4	12	28

396	**356**	**46**	**306**		**4**	**12**	**28**
46	32	10	20		2	6	8
122	108	36	70		2	6	8
72	72		72				
144	144		144				

12							*12*
216	216		216				
216	216		216				

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	Введение в креативные индустрии
ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий
ОП.09	Деловое общение
ОП.10	Речевое воздействие в рекламе
ОП.11	Основы рекламного производства
ОП.12	Проектная и компьютерная графика
ОП.13	Техника и технология рекламного видео
ОП.14	Юнит-экономика
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.01	Демонстрационный экзамен

Формируемые компетенции

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию

Индекс

Содержание

№	Индекс	Наименование	Семестр 1											Се				
			Контроль	Академических часов									Недель	Контроль	Академ			
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	Конс	СР	Контроль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб
ИТОГО (с факультативами)				**612**									17		**864**			
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**612**											**864**			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы		**36**											**36**			
		Аудиторная нагрузка		**35,38**											**34,43**			
		Контактная работа		**35,63**											**34,95**			
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**612**	**570**	**244**		**322**		**4**	**26**	**16**	ТО: 16 Э: 1		**756**	**664**	**222**	
1	СГ.01	История России												ЗаО	**38**	36	26	
2	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		**12**	12			12						К	**26**	20	2	
3	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности												ЗаО	**68**	68	20	
4	СГ.04	Физическая культура		**20**	20	2		18							**18**	18		
5	СГ.05	Основы бережливого производства												К	**38**	38	18	
6	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала	ЗаО	**36**	36	18		18										
7	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе		**20**	18	2		16			2			Эк	**36**	26	4	
8	ОП.03	История экранных искусств												К	**38**	36	18	
9	ОП.04	Рекламная деятельность	Эк	**104**	88	16		70		2	8	8						
10	ОП.05	Психология рекламы												К	**38**	38	18	
11	ОП.06	Русский язык и культура речи	Эк	**76**	60	30		28		2	8	8						
12	ОП.07	Введение в креативные индустрии	ЗаО	**108**	108	64		44										
13	ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий	ЗаО	**72**	72	44		28										
14	ОП.09	Деловое общение												К	**58**	58	20	
15	ОП.10	Речевое воздействие в рекламе		**36**	36	18		18						ЗаО	**36**	36	18	
16	ОП.11	Основы рекламного производства		**36**	36	18		18						Эк	**36**	28	8	
17	ОП.12	Проектная и компьютерная графика		**22**	22	4		18						Эк	**68**	60	18	
18	ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта		**70**	62	28		34			8			Эк(2) ЗаО(3)	**206**	176	20	
19	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		**40**	36	18		18			4			Эк	**46**	32	10	
20	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		**30**	26	10		16			4			ЗаО	**40**	36	10	

21	ПМ.01.01(К)	Экзамен по модулю "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"												Эк	**12**			
22	ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий												Эк	**120**	96	24	
23	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий												Эк	**54**	36	14	
24	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий													**66**	60	10	
25	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий													**40**	38	8	
26	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет													**40**	38	8	
ПРАКТИКИ		(План)													108	108		
	УП.01	Учебная практика												ЗаО	36	36		
	ПП.01	Производственная практика												ЗаО	72	72		
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)																
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(2) ЗаО(3)											Эк(6)				
КАНИКУЛЫ													2					

еместр 2						Итого за курс											
ических часов							Академических часов									Каф.	Семестр
Пр	ИП	Конс	СР	Контроль	Недель	Контроль	Всего	Конт акт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	Конс	СР	Контроль	Недель	
					24		**1476**									41	
							1476										
							36										
							34,91										
							35,29										
432		**10**	**40**	**52**	ТО: 19 Э: 2		**1368**	**1234**	**466**		**754**		**14**	**66**	**68**	ТО: 35 Э: 3	
10			2			ЗаО	**38**	36	26		10			2			2
18			6			К	**38**	32	2		30			6			12
48						ЗаО	**68**	68	20		48						2
18							**38**	38	2		36						1234
20						К	**38**	38	18		20						2
						ЗаО	**36**	36	18		18						1
20		2	2	8		Эк	**56**	44	6		36		2	4	8		12
18			2			К	**38**	36	18		18			2			2
						Эк	**104**	88	16		70		2	8	8		1
20						К	**38**	38	18		20						2
						Эк	**76**	60	30		28		2	8	8		1
						ЗаО	**108**	108	64		44						1
						ЗаО	**72**	72	44		28						1
38						К	**58**	58	20		38						2
18						ЗаО	**72**	72	36		36						12
18		2		8		Эк	**72**	64	26		36		2		8		12
40		2		8		Эк	**90**	82	22		58		2		8		12
154		2	10	20		Эк(2) ЗаО(3)	**276**	238	48		188		2	18	20		12
20		2	6	8		Эк	**86**	68	28		38		2	10	8		12
26			4			ЗаО	**70**	62	20		42			8			12

				12		Эк	**12**								12				2
70		2	16	8		Эк	**120**	96	24		70		2	16	8				23
20		2	10	8		Эк	**54**	36	14		20		2	10	8				2
50			6				**66**	60	10		50			6					23
30			2				**40**	38	8		30			2					23
30			2				**40**	38	8		30			2					23
108					3		108	108			108					3			
36					1	ЗаО	36	36			36					1			2
72					2	ЗаО	72	72			72					2			2
ЗаО(6) К(5)						Эк(8) ЗаО(9) К(5)													
					9											11			

№	Индекс	Наименование	Семестр 3										Се				
			Контроль	Академических часов									Недель	Контроль	Академ			
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	Конс	СР	Контроль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб
ИТОГО (с факультативами)				**612**									17		**864**			
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**612**											**864**			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы		**36**											**36**			
		Аудиторная нагрузка		**32**											**34,19**			
		Контактная работа		**32,5**											**34,55**			
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**324**	**260**	**70**		**186**		**4**	**24**	**40**	ТО: 8 Э: 1		**432**	**380**	**112**	
1	СГ.04	Физическая культура		**16**	16			16						ЗаО	**24**	24	2	
2	СГ.06	Основы финансовой грамотности												К	**36**	32	16	
3	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда												К	**32**	32	20	
4	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности												ЗаО	**88**	88	6	
5	ОП.13	Техника и технология рекламного видео												ЗаО	**36**	36	8	
6	ОП.14	Юнит-экономика		**36**	28	14		14			8			ЗаО	**36**	28	14	
7	ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Эк(2) ЗаО(2)	**196**	170	10		158		2	6	20						
8	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Эк	**40**	26	10		14		2	6	8						
9	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"	Эк	**12**								12						
10	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Эк(2) ЗаО(3)	**320**	292	36		254		2	8	20						
11	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	ЗаО	**54**	46	16		30			8							
12	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**	102	20		80		2		8						

13	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	Эк	**12**							12							
14	ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		**44**	42	10		32			2		Эк(3) ЗаО(2) КР	**396**	356	46	
15	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений		**44**	42	10		32			2		Эк КР	**46**	32	10	
16	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки											Эк	**122**	108	36	
17	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)		288	288			288					8		216	216		
	УП.02	Учебная практика	ЗаО	36	36			36					1					
	УП.03	Учебная практика	ЗаО	36	36			36					1					
	УП.04	Учебная практика												ЗаО	72	72		
	ПП.02	Производственная практика	ЗаО	108	108			108					3					
	ПП.03	Производственная практика	ЗаО	108	108			108					3					
	ПП.04	Производственная практика												ЗаО	144	144		
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)													216	216		
	ГИА.01	Демонстрационный экзамен													216	216		
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(4) ЗаО(5)											Эк(3) За				
КАНИКУЛЫ													2					

еместр 4						Итого за курс											
ических часов							Академических часов									Каф.	Семестр
Пр	ИП	Конс	СР	Контроль	Недель	Контроль	Всего	Конт акт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	Конс	СР	Контроль	Недель	
					24		**1476**									41	
							1476										
							36										
							33,1										
							33,53										
264		**4**	**24**	**28**	ТО: 11 Э: 1		**756**	**640**	**182**		**450**		**8**	**48**	**68**	ТО: 19 Э: 2		
22						ЗаО	**40**	40	2		38							1234
16			4			К	**36**	32	16		16			4				4
12						К	**32**	32	20		12							4
82						ЗаО	**88**	88	6		82							4
28						ЗаО	**36**	36	8		28							4
14			8			ЗаО	**72**	56	28		28			16				34
						Эк(2) ЗаО(2)	**196**	170	10		158		2	6	20			23
						Эк	**40**	26	10		14		2	6	8			23
						Эк	**12**								12			3
						Эк(2) ЗаО(3)	**320**	292	36		254		2	8	20			23
						ЗаО	**54**	46	16		30			8				23
						Эк	**110**	102	20		80		2		8			3

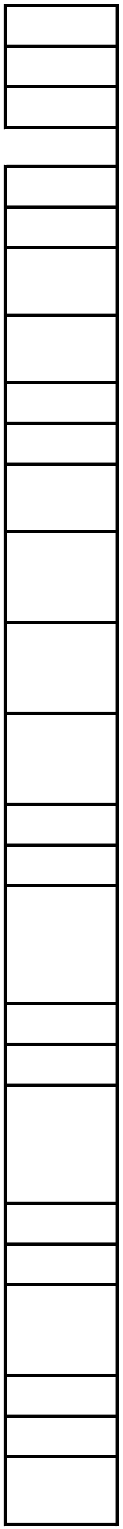
						Эк	**12**								12			3
306		4	12	28		Эк(3) ЗаО(2) КР	**440**	398	56		338		4	14	28			34
20		2	6	8		Эк КР	**90**	74	20		52		2	8	8			34
70		2	6	8		Эк	**122**	108	36		70		2	6	8			4
				12		Эк	**12**								12			4
216					6		504	504			504					14		
						ЗаО	36	36			36					1		3
						ЗаО	36	36			36					1		3
72					2	ЗаО	72	72			72					2		4
						ЗаО	108	108			108					3		3
						ЗаО	108	108			108					3		3
144					4	ЗаО	144	144			144					4		4
216					6		216	216			216					6		
216					6		216	216			216					6		4
аО(5) КР К(2)						Эк(7) ЗаО(10) КР К(2)												
																2		

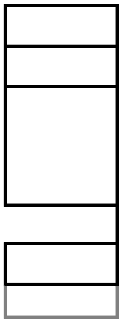
-	-	-	-	Общий объем в семестре		Объем практической подготовки (акад. час)						
Считать в плане	Индекс	Наименование	Семестр/ Курс	з.е.	Часов	Итого	Лек пр. подгот	Лаб пр. подгот	Пр пр. подгот	ИП пр. подгот	Конс пр. подгот	СР пр. подгот
СГ.Социально-гуманитарный цикл												
+	СГ.01	История России	2		38							
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1		12							
			2		26							
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	2		68							
+	СГ.04	Физическая культура	1		20							
			2		18							
			3		16							
			4		24							
+	СГ.05	Основы бережливого производства	2		38							
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности	4		36							
+	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала	1		36							
+	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда	4		32							
ОП.Общепрофессиональный цикл												
+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	1		20							
			2		36							
+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	4		88							
+	ОП.03	История экранных искусств	2		38							
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1		104							
+	ОП.05	Психология рекламы	2		38							
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	1		76							
+	ОП.07	Введение в креативные индустрии	1		108							
+	ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий	1		72							
+	ОП.09	Деловое общение	2		58							
+	ОП.10	Речевое воздействие в рекламе	1		36							
			2		36							
+	ОП.11	Основы рекламного производства	1		36							
			2		36							
+	ОП.12	Проектная и компьютерная графика	1		22							
			2		68							

+	ОП.13	Техника и технология рекламного видео	4		36							
+	ОП.14	Юнит-экономика	3		36							
			4		36							
П.Профессиональный цикл												
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	1		40							
			2		46							
+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1		30							
			2		40							
+	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							
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2		54							
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2		66							
			3		40							
+	УП.02	Учебная практика	3		36							
+	ПП.02	Производственная практика	3		108							
+	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"	3		12							
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	2		40							
			3		54							
+	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							
+	УП.03	Учебная практика	3		36							
+	ПП.03	Производственная практика	3		108							
+	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	3		12							
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	3		44							
			4		46							
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	4		122							

+	УП.04	Учебная практика	4		72							
+	ПП.04	Производственная практика	4		144							
+	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							
ГИА.Государственная итоговая аттестация												
+	ГИА.01	Демонстрационный экзамен	4		216							

Контроль пр. подгот





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	2	1			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	2	1			3						
ПП.03 Производственная практика	2	1			3						
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		
		Часов		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
		Не менее	Факт						
	Итого по ОП		2952	1476	612	864	1476	612	864
ПП	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА		2952	1476	612	864	1476	612	864
СГ	Социально-гуманитарный цикл		364	256	68	188	108	16	92
ОП	Общепрофессиональный цикл		980	784	474	310	196	36	160
П	Профессиональный цикл		1392	436	70	366	956	560	396
ГИА	Государственная итоговая аттестация		216				216		216
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы	36	-	36	36	-	36	36
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП	34.71	-	35.63	34.95	-	32.5	34.55
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)		8	2	6	7	4	3
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)		9	3	6	10	5	5
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)					1		1
		КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА (К)		5		5	2		2
	Доля учебных занятий и практик в ОП (%)		90.86%						
	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 (акад.час/нед)	36
Минимальный объем контактной работы в неделю (акад.час/нед)	0
Максимальный объем контактной работы в неделю (акад.час/нед)	27

Номер	Аббревиатура	Название кафедры

	Распределение часов по курсам и периодам обучения							
	Курс 1				Курс 2			
	Сем. 1		Сем. 2		Сем. 3		Сем. 4	
	Наименование	часы	Наименование	часы	Наименование	часы	Наименование	часы
1	СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности	12	СГ.01 История России [ЗаО]	38	СГ.04 Физическая культура	16	СГ.04 Физическая культура [ЗаО]	24
2	СГ.04 Физическая культура	20	СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности [К]	26	ОП.14 Юнит-экономика	36	СГ.06 Основы финансовой грамотности [К]	36
3	СГ.07 Введение в специальность: общие компетенции профессионала [ЗаО]	36	СГ.03 Безопасность жизнедеятельности [ЗаО]	68	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий [2Эк, 23аО]	196	СГ.08 Эффективное поведение на рынке труда [К]	32
4	ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	20	СГ.04 Физическая культура	18			ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности [ЗаО]	88
5	ОП.04 Рекламная деятельность [Эк]	104	СГ.05 Основы бережливого производства [К]	38			ОП.13 Техника и технология рекламного видео [ЗаО]	36
6	ОП.06 Русский язык и культура речи [Эк]	76	ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе [Эк]	36			ОП.14 Юнит-экономика [ЗаО]	36
7			ОП.03 История экранных искусств [К]	38				
8			ОП.05 Психология рекламы [К]	38				

9	ОП.07 Введение в креативные индустрии [ЗаО] 108	ОП.09 Деловое общение [К] 58			
10		ОП.10 Речевое воздействие в рекламе [ЗаО] 36			
11	ОП.08 Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий [ЗаО] 72	ОП.11 Основы рекламного производства [Эк] 36	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий [2Эк, 3ЗаО] 320		
12		ОП.12 Проектная и компьютерная графика [Эк] 68			
13	ОП.10 Речевое воздействие в рекламе 36			ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях [3Эк, 2ЗаО, КР] 396	
14	ОП.11 Основы рекламного производства 36	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта [2Эк, 3ЗаО] 206			
15	ОП.12 Проектная и компьютерная графика 22		ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях 44		
16	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта 70				
17		ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и			
18					
19					
20					

21	тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и	120	ГИА.01 Демонстрационный экзамен	216
22				
23	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	40		
24				

ПЕРЕЧЕНЬ ЛАБ

№
Кабинеты
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
Лаборатории:
1
2
3
4
5
Спортивный комп
1
Залы
1
2

БОРАТОРИЙ, КАБИНЕТОВ, МАСТЕРСКИХ И ДР.

Наименование
Социально-экономических дисциплин
Иностранного языка
Безопасности жизнедеятельности
Основ композиции в рекламе
Рисунка и живописи в рекламе
Основы финансовой грамотности
Основ бережливого производства
Психологии в рекламе
Истории экранных искусств
Маркетинговых исследований
Дизайна и макетирования рекламной продукции
Брендинга и бренд менеджмента
Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний
Информационных технологий
Цифровых коммуникационных технологий
Компьютерной графики
Видеостудия
Фотостудия
плекс
Спортивный зал
библиотека, читальный зал с выходом в интернет
актовый зал