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 11:54:04 +04'00'

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

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

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

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																	Э Э	У	П	П					К
II													Э	Э	У			К	К												Э	Э	Э	У	П	П	П	П	П	П		К
III						Э	Э	Э	У	У	П	П	П	П				К	К		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	18 4/6	33 4/6	14	14	28	9	9	70 4/6
У	Учебная практика		1	1	1	1	2	2	2	5
П	Производственная практика (по профилю специальности)		2	2		6	6	4	4	12
Э	Лабораторно-экзаменационная сессия	2	2 2/6	4 2/6	2	3	5	3	3	12 2/6
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
=	=	=	=	=	=	=	=

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	1090	1090	1778	84		2052	900	510	642
СГ.Социально-гуманитарный цикл							364	364	48	48	316			296	68	170	56
+	СГ.01	История России		1			38	38	4	4	34			38		38	
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		2			38	38	10	10	28			38		18	20
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		3			68	68	8	8	60			68			
+	СГ.04	Физическая культура		1			78	78	4	4	74			78		78	
+	СГ.05	Основы бережливого производства				5	38	38	6	6	32			38			
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности				2	36	36	6	6	30			36			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	6	6	26				32		
ОП.Общепрофессиональный цикл							980	980	124	124	844	12		400	580	340	310
+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	1				56	56	8	8	44	4		56		56	
+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности		4			88	88	10	10	78			88			
+	ОП.03	История экранных искусств				3	38	38	6	6	32			38			
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1				104	104	12	12	88	4		104		104	
+	ОП.05	Психология рекламы				3	38	38	6	6	32			38			
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	2				76	76	8	8	64	4		76			76
+	ОП.07	Введение в креативные индустрии		1			108	108	12	12	96				108	108	
+	ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий		2			72	72	8	8	64				72		72
+	ОП.09	Деловое общение				3	58	58	8	8	50				58		
+	ОП.10	Речевое воздействие в рекламе		2			72	72	8	8	64				72		72
+	ОП.11	Основы рекламного производства	1				72	72	8	8	64				72	72	
+	ОП.12	Проектная и компьютерная графика	2				90	90	10	10	80				90		90
+	ОП.13	Техника и технология рекламного видео		3			36	36	8	8	28				36		
+	ОП.14	Юнит-экономика		5			72	72	12	12	60				72		
П.Профессиональный цикл							1392	1392	702	702	618	72		1140	252		276
+	ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	**22**	**222**			276	**276**	**124**	**124**	**136**	**16**		240	36		276
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2				86	86	8	8	74	4		86			86
+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		2			70	70	8	8	62			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**	**344**	**34**			316	**316**	**170**	**170**	**126**	**20**		244	72		
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	3				54	54	12	12	38	4		54			
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	4				106	106	14	14	88	4		106			
+	УП.02	Учебная практика		3			36	36	36	36				36			
+	ПП.02	Производственная практика		4			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"*	*4*				12	12				12		12			
+	ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**	**44**	**344**			360	**360**	**166**	**166**	**178**	**16**		288	72		
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		3			94	94	10	10	84			94			
+	МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	4				110	110	12	12	94	4		110			
+	УП.03	Учебная практика		4			36	36	36	36				36			
+	ПП.03	Производственная практика		4			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"*	*4*				12	12				12		12			
+	ПМ.04	**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**	**455**	**55**	**4**		440	**440**	**242**	**242**	**178**	**20**		368	72		
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		4		90	90	10	10	76	4		90			
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	5				122	122	16	16	102	4		122			
+	УП.04	Учебная практика		5			72	72	72	72				72			
+	ПП.04	Производственная практика		5			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"*	*5*				12	12				12		12			
ГИА.Государственная итоговая аттестация							216	216	216	216				216			
+	ГИА.01	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
422	706	672			
68		70			
68					
		38			
		32			
170	124	36			
	88				
38					
38					
58					
36					
	36	36			
184	582	350			

90	226				
54					
	106				
36					
	108				
	12				
94	266				
94					
	110				
	36				
	108				
	12				
	90	350			
	90				
		122			
		72			
		144			

		12			
		216			
		216			

-	-	-	Формы пром. атт.				Итого акад.часов					Объём ОП		Семестр 1			
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Дифзачет	КР	Итоговая КР	Трудоемкость	По плану	Конт. раб.	СР	ПАтт	Обяз. часть	Вар. часть	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр
ПП.ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА							2952	2952	1090	1778	84	2052	900	510	56	30	26
СГ.Социально-гуманитарный цикл							364	364	48	316		296	68	170	16	8	8
+	СГ.01	История России		1			38	38	4	34		38		38	4	2	2
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		2			38	38	10	28		38		18	4		4
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		3			68	68	8	60		68					
+	СГ.04	Физическая культура		1			78	78	4	74		78		78	4	4	
+	СГ.05	Основы бережливого производства				5	38	38	6	32		38					
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности				2	36	36	6	30		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	6	26			32				
ОП.Общепрофессиональный цикл							980	980	124	844	12	400	580	340	40	22	18
+	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	1				56	56	8	44	4	56		56	8	4	4
+	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности		4			88	88	10	78		88					
+	ОП.03	История экранных искусств				3	38	38	6	32		38					
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1				104	104	12	88	4	104		104	12	8	4
+	ОП.05	Психология рекламы				3	38	38	6	32		38					
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	2				76	76	8	64	4	76					
+	ОП.07	Введение в креативные индустрии		1			108	108	12	96			108	108	12	6	6
+	ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий		2			72	72	8	64			72				
+	ОП.09	Деловое общение				3	58	58	8	50			58				
+	ОП.10	Речевое воздействие в рекламе		2			72	72	8	64			72				
+	ОП.11	Основы рекламного производства	1				72	72	8	64			72	72	8	4	4
+	ОП.12	Проектная и компьютерная графика	2				90	90	10	80			90				
+	ОП.13	Техника и технология рекламного видео		3			36	36	8	28			36				
+	ОП.14	Юнит-экономика		5			72	72	12	60			72				
П.Профессиональный цикл							1392	1392	702	618	72	1140	252				
+	ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	**22**	**222**			276	**276**	**124**	**136**	**16**	240	36				
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2				86	86	8	74	4	86					
+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		2			70	70	8	62		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**	**344**	**34**			316	**316**	**170**	**126**	**20**	244	72				
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	3				54	54	12	38	4	54					
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	4				106	106	14	88	4	106					
+	УП.02	Учебная практика		3			36	36	36			36					
+	ПП.02	Производственная практика		4			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"*	*4*				12	12			12	12					
+	ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**	**44**	**344**			360	**360**	**166**	**178**	**16**	288	72				
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		3			94	94	10	84		94					
+	МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	4				110	110	12	94	4	110					
+	УП.03	Учебная практика		4			36	36	36			36					
+	ПП.03	Производственная практика		4			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"*	*4*				12	12			12	12					
+	ПМ.04	**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**	**455**	**55**	**4**		440	**440**	**242**	**178**	**20**	368	72				
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		4		90	90	10	76	4	90					
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	5				122	122	16	102	4	122					
+	УП.04	Учебная практика		5			72	72	72			72					
+	ПП.04	Производственная практика		5			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"*	*5*				12	12			12	12					
ГИА.Государственная итоговая аттестация							216	216	216			216					
+	ГИА.01	Демонстрационный экзамен					216	216	216			216					

Курс 1										Курс 2														
			Семестр 2							Семестр 3							Семестр 4							
ИП	СР	ПАтт	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	СР	ПАтт	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	СР	ПАтт	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	СР	ПАтт	Итого
	446	8	642	170	30	140		452	20	422	94	34	60		324	4	706	302	22	280		368	36	672
	154		56	12	6	6		44		68	8	4	4		60									70
	34																							
	14		20	6	2	4		14																
										68	8	4	4		60									
	74																							
																								38
			36	6	4	2		30																
	32																							
																								32
	292	8	310	34	16	18		272	4	170	28	16	12		142		124	14	6	8		110		36
	44	4																						
																	88	10	4	6		78		
										38	6	4	2		32									
	88	4																						
										38	6	4	2		32									
			76	8	4	4		64	4															
	96																							
			72	8	4	4		64																
										58	8	4	4		50									
			72	8	4	4		64																
	64																							
			90	10	4	6		80																
										36	8	4	4		28									
																	36	4	2	2		32		36
			276	124	8	116		136	16	184	58	14	44		122	4	582	288	16	272		258	36	350
			276	**124**	**8**	**116**		**136**	**16**															
			86	8	4	4		74	4															
			70	8	4	4		62																
			36	36		36																		

			72	72		72																	
			12						*12*														
										90	**48**	**8**	**40**		**38**	**4**	226	**122**	**6**	**116**		**88**	**16**
										54	12	8	4		38	4							
																	106	14	6	8		88	4
										36	36		36										
																	108	108		108			
																	12						*12*
										94	**10**	**6**	**4**		**84**		266	**156**	**6**	**150**		**94**	**16**
										94	10	6	4		84								
																	110	12	6	6		94	4
																	36	36		36			
																	108	108		108			
																	12						*12*
																	90	**10**	**4**	**6**		**76**	**4**	350
																	90	10	4	6		76	4	
																								122
																								72
																								144

																							12
																							216
																							216

Курс 3													
Семестр 5							Семестр 6						
Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	СР	ПАтт	Итого	Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	СР	ПАтт
468	20	448		188	16								
12	8	4		58									
6	4	2		32									
6	4	2		26									
8	4	4		28									
8	4	4		28									
232	8	224		102	16								

232	**8**	**224**		**102**	**16**							
16	8	8		102	4							
72		72										
144		144										

					12							
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									Семестр 2					
			Контроль	Академических часов								Контроль	Академических ча				
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контр оль	Недель		Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр
ИТОГО (с факультативами)				**510**								17		**642**				
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**510**										**642**				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**33,47**										**27,54**				
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		**4**										**8,58**				
		Аудиторная нагрузка		**3,74**										**3,33**				
		Контактная работа		**3,74**										**3,33**				
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**510**	**56**	**30**		**26**		**446**	**8**	ТО: 15 Э: 2		**534**	**62**	**30**		**32**
1	СГ.01	История России	ЗаО	**38**	4	2		2		34								
2	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		**18**	4			4		14			ЗаО	**20**	6	2		4
3	СГ.04	Физическая культура	ЗаО	**78**	4	4				74								
4	СГ.06	Основы финансовой грамотности											К	**36**	6	4		2
5	СГ.07	Введение в специальность: общие компетенции профессионала	ЗаО	**36**	4	2		2		32								
6	ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	Эк	**56**	8	4		4		44	4							
7	ОП.04	Рекламная деятельность	Эк	**104**	12	8		4		88	4							
8	ОП.06	Русский язык и культура речи											Эк	**76**	8	4		4
9	ОП.07	Введение в креативные индустрии	ЗаО	**108**	12	6		6		96								
10	ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий											ЗаО	**72**	8	4		4
11	ОП.10	Речевое воздействие в рекламе											ЗаО	**72**	8	4		4
12	ОП.11	Основы рекламного производства	Эк	**72**	8	4		4		64								
13	ОП.12	Проектная и компьютерная графика											Эк	**90**	10	4		6
14	ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта											Эк(2) ЗаО(3)	**276**	124	8		116
15	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов											Эк	**86**	8	4		4
16	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий											ЗаО	**70**	8	4		4
17	ПМ.01.01(К)	Экзамен по модулю "Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта"											Эк	**12**				
ПРАКТИКИ		(План)												108	108			108

	УП.01	Учебная практика											ЗаО	36	36			36
	ПП.01	Производственная практика											ЗаО	72	72			72
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)																
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(3) ЗаО(3)										Эк(4) ЗаО(6) К					
КАНИКУЛЫ											2							

асов				Итого за курс										Каф.	Семестр
					Академических часов										
ИП	СР	Контроль	Недель	Контроль	Всего	Конт акт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контроль	Недель		
			24		**1152**								41		
					1152										
					30,51										
					6,29										
					3,54										
					3,54										
	452	**20**	ТО: 18 2/3 Э: 2 1/3		**1044**	**118**	**60**		**58**		**898**	**28**	ТО: 33 2/3 Э: 4 1/3		
				ЗаО	**38**	4	2		2		34				1
	14			ЗаО	**38**	10	2		8		28				12
				ЗаО	**78**	4	4				74				1
	30			К	**36**	6	4		2		30				2
				ЗаО	**36**	4	2		2		32				1
				Эк	**56**	8	4		4		44	4			1
				Эк	**104**	12	8		4		88	4			1
	64	4		Эк	**76**	8	4		4		64	4			2
				ЗаО	**108**	12	6		6		96				1
	64			ЗаО	**72**	8	4		4		64				2
	64			ЗаО	**72**	8	4		4		64				2
				Эк	**72**	8	4		4		64				1
	80			Эк	**90**	10	4		6		80				2
	136	16		Эк(2) ЗаО(3)	**276**	124	8		116		136	16			2
	74	4		Эк	**86**	8	4		4		74	4			2
	62			ЗаО	**70**	8	4		4		62				2
		12		Эк	**12**							12			2
			3		108	108			108				3		

			1	ЗаО	36	36			36				1		2
			2	ЗаО	72	72			72				2		2
Эк(7) ЗаО(9) К															
			9										11		

№	Индекс	Наименование	Семестр 3									Семестр 4					
			Контроль	Академических часов								Недель	Контроль	Академических ча				
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контр оль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр
ИТОГО (с факультативами)				**422**								17		**706**				
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**422**										**706**				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**27,29**										**29,86**				
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		**2**										**12**				
		Аудиторная нагрузка		**4,15**										**3,58**				
		Контактная работа		**4,15**										**3,58**				
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**386**	**58**	**34**		**24**		**324**	**4**	ТО: 14 Э: 2		**454**	**50**	**22**		**28**
1	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	ЗаО	**68**	8	4		4		60								
2	ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности											ЗаО	**88**	10	4		6
3	ОП.03	История экранных искусств	К	**38**	6	4		2		32								
4	ОП.05	Психология рекламы	К	**38**	6	4		2		32								
5	ОП.09	Деловое общение	К	**58**	8	4		4		50								
6	ОП.13	Техника и технология рекламного видео	ЗаО	**36**	8	4		4		28								
7	ОП.14	Юнит-экономика												**36**	4	2		2
8	ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Эк ЗаО	**90**	48	8		40		38	4		Эк(2) ЗаО	**226**	122	6		116
9	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Эк	**54**	12	8		4		38	4							
10	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий											Эк	**106**	14	6		8
11	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"											Эк	**12**				
12	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ЗаО	**94**	10	6		4		84			Эк(2) ЗаО(2)	**266**	156	6		150

13	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	ЗаО	**94**	10	6		4		84								
14	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**	12	6		6
15	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"											Эк	**12**				
16	ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях											Эк КР	**90**	10	4		6
17	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений											Эк КР	**90**	10	4		6
ПРАКТИКИ		(План)		36	36			36				1		252	252			252
	УП.02	Учебная практика	ЗаО	36	36			36				1						
	УП.03	Учебная практика											ЗаО	36	36			36
	ПП.02	Производственная практика											ЗаО	108	108			108
	ПП.03	Производственная практика											ЗаО	108	108			108
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)																
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк ЗаО(4) К(3)										Эк(5) ЗаО(4) КР					
КАНИКУЛЫ												2						

асов			Недель	Итого за курс								Недель	Каф.	Семестр
				Контроль	Академических часов									
ИП	СР	Контроль			Всего	Контакт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контроль			
			24		**1128**								41		
					1128										
					28,58										
					7										
					3,87										
					3,87										
	368	**36**	ТО: 14 Э: 3		**840**	**108**	**56**		**52**		**692**	**40**	ТО: 28 Э: 5		
				ЗаО	**68**	8	4		4		60				3
	78			ЗаО	**88**	10	4		6		78				4
				К	**38**	6	4		2		32				3
				К	**38**	6	4		2		32				3
				К	**58**	8	4		4		50				3
				ЗаО	**36**	8	4		4		28				3
	32				**36**	4	2		2		32				45
	88	16		Эк(3) ЗаО(2)	**316**	170	14		156		126	20			34
				Эк	**54**	12	8		4		38	4			3
	88	4		Эк	**106**	14	6		8		88	4			4
		12		Эк	**12**							12			4
	94	16		Эк(2) ЗаО(3)	**360**	166	12		154		178	16			34

				ЗаО	**94**	10	6		4		84				3
	94	4		Эк	**110**	12	6		6		94	4			4
		12		Эк	**12**							12			4
	76	4		Эк КР	**90**	10	4		6		76	4			45
	76	4		Эк КР	**90**	10	4		6		76	4			4
			7		288	288			288				8		
				ЗаО	36	36			36				1		3
			1	ЗаО	36	36			36				1		4
			3	ЗаО	108	108			108				3		4
			3	ЗаО	108	108			108				3		4
				Эк(6) ЗаО(8) КР К(3)											
			9										11		

№	Индекс	Наименование	Семестр 5									Семестр 6					
			Контроль	Академических часов							Недель	Контроль	Академических ча				
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контр оль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр
ИТОГО (с факультативами)				**672**								24						
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**672**														
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**24,89**														
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		**5,34**														
		Аудиторная нагрузка		**4**														
		Контактная работа		**4**														
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**240**	**36**	**20**		**16**		**188**	**16**	ТО: 9 Э: 3						
1	СГ.05	Основы бережливого производства	К	**38**	6	4		2		32								
2	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда	К	**32**	6	4		2		26								
3	ОП.14	Юнит-экономика	ЗаО	**36**	8	4		4		28								
4	ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	Эк(2) ЗаО(2)	**350**	232	8		224		102	16							
5	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	Эк	**122**	16	8		8		102	4							
6	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**							12							
ПРАКТИКИ		(План)		216	216			216				6						
	УП.04	Учебная практика	ЗаО	72	72			72				2						
	ПП.04	Производственная практика	ЗаО	144	144			144				4						
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)		216	216			216				6						
	ГИА.01	Демонстрационный экзамен		216	216			216				6						
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(2) ЗаО(3) К(2)															
КАНИКУЛЫ												2						

				Итого за курс										
асов					Академических часов								Каф.	Семестр
ИП	СР	Контроль	Недель	Контроль	Всего	Контакт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контроль	Недель		
					672								24		
					672										
					12,45										
					2,67										
					2										
					2										
			ТО: Э:		**240**	**36**	**20**		**16**		**188**	**16**	ТО: 9 Э: 3		
				К	**38**	6	4		2		32				5
				К	**32**	6	4		2		26				5
				ЗаО	**36**	8	4		4		28				45
				Эк(2) ЗаО(2)	**350**	232	8		224		102	16			45
				Эк	**122**	16	8		8		102	4			5
				Эк	**12**							12			5
					216	216			216				6		
				ЗаО	72	72			72				2		5
				ЗаО	144	144			144				4		5
					216	216			216				6		
					216	216			216				6		5
				Эк(2) ЗаО(3) 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	СР пр. подгот	Контроль пр. подгот
СГ.Социально-гуманитарный цикл												
+	СГ.01	История России	1		38							
+	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1		18							
			2		20							
+	СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	3		68							
+	СГ.04	Физическая культура	1		78							
+	СГ.05	Основы бережливого производства	5		38							
+	СГ.06	Основы финансовой грамотности	2		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	4		88							
+	ОП.03	История экранных искусств	3		38							
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1		104							
+	ОП.05	Психология рекламы	3		38							
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	2		76							
+	ОП.07	Введение в креативные индустрии	1		108							
+	ОП.08	Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий	2		72							
+	ОП.09	Деловое общение	3		58							
+	ОП.10	Речевое воздействие в рекламе	2		72							
+	ОП.11	Основы рекламного производства	1		72							
+	ОП.12	Проектная и компьютерная графика	2		90							
+	ОП.13	Техника и технология рекламного видео	3		36							
+	ОП.14	Юнит-экономика	4		36							
			5		36							
П.Профессиональный цикл												
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2		86							
+	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							
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	3		54							
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	4		106							
+	УП.02	Учебная практика	3		36							
+	ПП.02	Производственная практика	4		108							
+	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"	4		12							
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	3		94							
+	МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	4		110							
+	УП.03	Учебная практика	4		36							
+	ПП.03	Производственная практика	4		108							
+	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	4		12							
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		90							
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	5		122							
+	УП.04	Учебная практика	5		72							
+	ПП.04	Производственная практика	5		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"	5		12							
ГИА.Государственная итоговая аттестация												
+	ГИА.01	Демонстрационный экзамен	5		216							

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	2			1						
УП.04 Учебная практика	3	1			2						
Вид практики: Производственная практика											
ПП.01 Производственная практика	1	2			2						
ПП.02 Производственная практика	2	2			3						
ПП.03 Производственная практика	2	2			3						
ПП.04 Производственная практика	3	1			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	1152	510	642	1128	422	706	672	672	
ПП	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА		2952	1152	510	642	1128	422	706	672	672	
СГ	Социально-гуманитарный цикл		364	226	170	56	68	68		70	70	
ОП	Общепрофессиональный цикл		980	650	340	310	294	170	124	36	36	
П	Профессиональный цикл		1392	276		276	766	184	582	350	350	
ГИА	Государственная итоговая аттестация		216							216	216	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	Период ТО	28.87	-	33.47	27.54	-	27.29	29.86	-	24.89	
		Период атт.	6.82	-	4	8.58	-	2	12	-	5.34	
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП	3.71	-	3.74	3.33	-	4.15	3.58	-	4	
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)		7	3	4	6	1	5	2	2	
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)		9	3	6	8	4	4	3	3	
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)					1		1			
		КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА (К)		1		1	3	3		2	2	
	Доля учебных занятий и практик в ОП (%)		31.94%									
	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

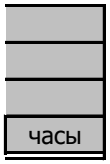
Нормы часов (акад.) форм контроля	
Часов на экзамен	9
Часов на зачет	4
Часов на зачет с оценкой	4

Номер	Аббревиатура	Название кафедры

	Распределение часов по курсам и периодам обучения											
	Курс 1				Курс 2				Курс 3			
	Сем. 1		Сем. 2		Сем. 3		Сем. 4		Сем. 5		Сем. 6	
	Наименование	часы	Наименование	часы	Наименование	часы	Наименование	часы	Наименование	часы	Наименование	
1	СГ.01 История России [ЗаО]	38	СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности [ЗаО]	20	СГ.03 Безопасность жизнедеятельности [ЗаО]	68	ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности [ЗаО]	88	СГ.05 Основы бережливого производства [К]	38		
2	СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности	18	СГ.06 Основы финансовой грамотности [К]	36								
3	СГ.04 Физическая культура [ЗаО]	78	ОП.06 Русский язык и культура речи [Эк]	76	ОП.03 История экранных искусств [К]	38			СГ.08 Эффективное поведение на рынке труда [К]	32		
4	СГ.07 Введение в специальность: общие компетенции профессионала [ЗаО]	36	ОП.08 Основы предпринимательства в сфере креативных индустрий [ЗаО]	72	ОП.05 Психология рекламы [К]	38	ОП.14 Юнит-экономика	36	ОП.14 Юнит-экономика [ЗаО]	36		
5					ОП.09 Деловое общение [К]	58						
6	ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе [Эк]	56			ОП.13 Техника и технология рекламного видео [ЗаО]	36	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий [2Эк, ЗаО]	226				
7	ОП.04 Рекламная деятельность [Эк]	104	ОП.10 Речевое воздействие в рекламе [ЗаО]	72	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий [Эк, ЗаО]	90			ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях [2Эк, 23аО]	350		
8												
9			ОП.12 Проектная и компьютерная графика [Эк]	90								
10	ОП.07				ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде							

11	ОП.07 Введение в креативные индустрии [ЗаО]	108	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта [2Эк, 3ЗаО]	276	ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий [2Эк, 2ЗаО]	266	ГИА.01 Демонстрационный экзамен	216
12								
13	ОП.11 Основы рекламного производства [Эк]	72						
14								
15								
16								
17					ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях [Эк, КР]	90		
18								
19								
20								

организации в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий [ЗаО] — 94


часы

ПЕРЕЧЕНЬ ЛАБ

№

БОРАТОРИЙ, КАБИНЕТОВ, МАСТЕРСКИХ И ДР.

Наименование