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 11:54:47 +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																	У	У	П	П	П	П	Э	Э	К
II												У	П	П	П	Э	Э	К	К																У	У	У	П	П	П	П	Э	Э	К
III												Э	Э					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	16	31	11	15	26	16	16	73
У	Учебная практика		2	2	1	3	4			6
П	Производственная практика (по профилю специальности)		4	4	3	4	7			11
Э	Промежуточная аттестация	2	2	4	2	2	4	2	2	10
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	Трудоемкость	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	ПАтт	Пр. подгот	Обяз. часть	Вар. часть	Итого	Итого
ПП.ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА							2952	2952	1072	1072	1688	192		2052	900	588	756
СГ.Социально-гуманитарный цикл							364	364	46	46	318			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	8	8	30			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	6	6	26				32		
ОП.Общепрофессиональный цикл							980	980	110	110	810	60		472	508	436	144
+	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				1	56	56	6	6	50			56		56	
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1				104	104	12	12	80	12		104		104	
+	ОП.05	Психология рекламы				1	56	56	6	6	50			56		56	
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	1				76	76	8	8	56	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			36	36		
+	ОП.10	Проектная и компьютерная графика	3				90	90	10	10	68	12			90		
+	ОП.11	Техника и технология рекламного видео				2	72	72	6	6	66				72		72
+	ОП.12	Техника и технология рекламного фото				2	72	72	8	8	64				72		72
+	ОП.13	Проектное управление	4				72	72	8	8	52	12			72		
+	ОП.14	Юнит-экономика		5			72	72	12	12	60				72		
П.Профессиональный цикл							1392	1392	700	700	560	132		1068	324		544
+	ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	**222**	**22**			270	**270**	**124**	**124**	**110**	**36**		222	48		270
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2				80	80	8	8	60	12		80			80
+	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				70	70	8	8	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**	**130**	**130**	**120**	**24**		226	48		274
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		2			54	54	8	8	46			54			54
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				100	100	14	14	74	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**			360	**360**	**166**	**166**	**158**	**36**		270	90		
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	3				94	94	10	10	72	12		88	6		
+	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	12	12	86	12		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**		488	**488**	**280**	**280**	**172**	**36**		350	138		
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		4		102	102	12	12	78	12		90	12		
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	4				122	122	16	16	94	12		116	6		
+	УП.04	Учебная практика		4			108	108	108	108				72	36		
+	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		Курс 3	Закрепленная кафедра	
Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5		
Итого	Итого	Итого	Код	Наименование
560	728	320		
38	38	68		
38				
	38			
		36		
		32		
162	202	36		
	58			
	36			
72				
90				
	72			
	36	36		
360	488			

360				
94				
110				
36				
108				
12				
	488			
	102			
	122			
	108			
	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	1072	1688	192	2052	900	588	64	36	28
СГ.Социально-гуманитарный цикл							364	364	46	318		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	8	30		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	6	26			32				
ОП.Общепрофессиональный цикл							980	980	110	810	60	472	508	436	48	28	20
+	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				1	56	56	6	50		56		56	6	4	2
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1				104	104	12	80	12	104		104	12	8	4
+	ОП.05	Психология рекламы				1	56	56	6	50		56		56	6	4	2
+	ОП.06	Русский язык и культура речи	1				76	76	8	56	12	76		76	8	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		36	36				
+	ОП.10	Проектная и компьютерная графика	3				90	90	10	68	12		90				
+	ОП.11	Техника и технология рекламного видео				2	72	72	6	66			72				
+	ОП.12	Техника и технология рекламного фото				2	72	72	8	64			72				
+	ОП.13	Проектное управление	4				72	72	8	52	12		72				
+	ОП.14	Юнит-экономика		5			72	72	12	60			72				
П.Профессиональный цикл							1392	1392	700	560	132	1068	324				
+	ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	**222**	**22**			270	**270**	**124**	**110**	**36**	222	48				
+	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	2				80	80	8	60	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**	**130**	**120**	**24**	226	48				
+	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		2			54	54	8	46		54					
+	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2				100	100	14	74	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**			360	**360**	**166**	**158**	**36**	270	90				
+	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	3				94	94	10	72	12	88	6				
+	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	12	86	12	110					
+	УП.03	Учебная практика		3			36	36	36			36					
+	ПП.03	Производственная практика		3			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**		488	**488**	**280**	**172**	**36**	350	138				
+	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений	4		4		102	102	12	78	12	90	12				
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	4				122	122	16	94	12	116	6				
+	УП.04	Учебная практика		4			108	108	108			72	36				
+	ПП.04	Производственная практика		4			144	144	144			72	72				

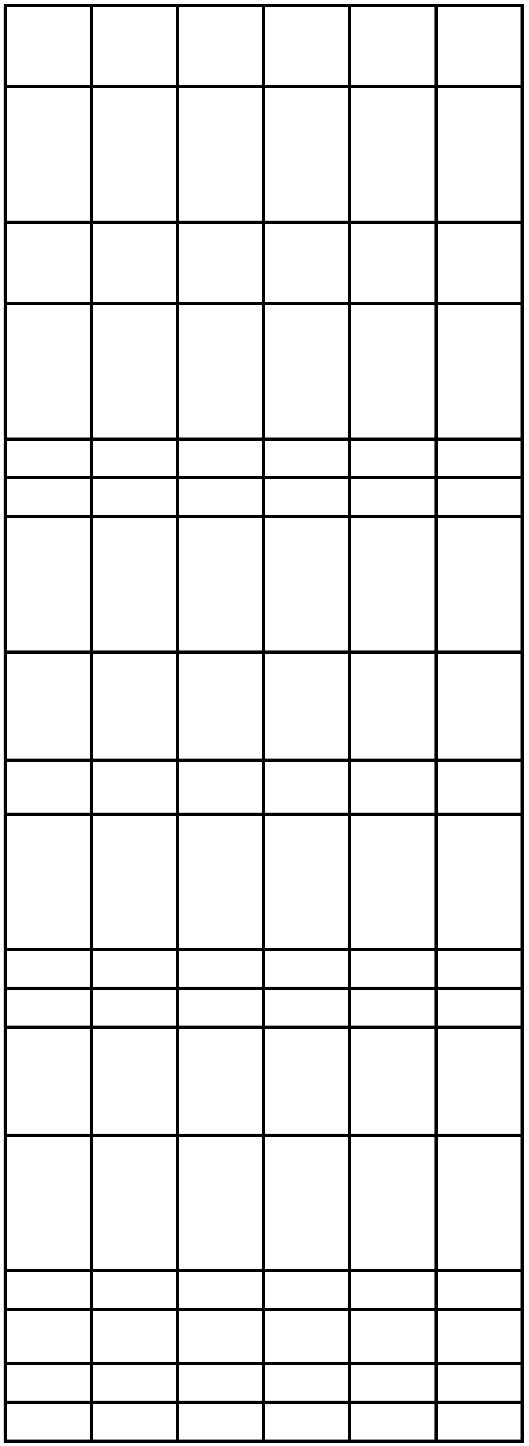
+	ПМ.04.01(К)	*Экзамен по модулю "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"*	*4*				12	12			12		12				
ГИА.Государственная итоговая аттестация							216	216	216			216					
+	ГИА.01	Демонстрационный экзамен					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
	488	36	756	276	30	246		420	60	560	192	24	168		320	48	728	306	28	278		374	48	320
	136		68	8	4	4		60		38	8	4	4		30		38	4	2	2		34		68
	34																							
										38	8	4	4		30									
			68	8	4	4		60																
	70																							
																	38	4	2	2		34		
																								36
	32																							
																								32
	352	36	144	14	8	6		130		162	18	8	10		132	12	202	22	12	10		168	12	36
	50																							
	66	12																						
	50																							
	80	12																						
	50																							
	56	12																						
																	58	6	4	2		52		
																	36	4	2	2		32		
										72	8	4	4		64									
										90	10	4	6		68	12								
			72	6	4	2		66																
			72	8	4	4		64																
																	72	8	4	4		52	12	
																	36	4	2	2		32		36
			544	254	18	236		230	60	360	166	12	154		158	36	488	280	14	266		172	36	
			270	**124**	**8**	**116**		**110**	**36**															
			80	8	4	4		60	12															
			70	8	4	4		50	12															
			36	36		36																		
			72	72		72																		

			12						*12*														
			274	**130**	**10**	**120**		**120**	**24**														
			54	8	4	4		46															
			100	14	6	8		74	12														
			36	36		36																	
			72	72		72																	
			12						*12*														
										360	**166**	**12**	**154**		**158**	**36**							
										94	10	6	4		72	12							
										110	12	6	6		86	12							
										36	36		36										
										108	108		108										
										12						*12*							
																	488	**280**	**14**	**266**		**172**	**36**
																	102	12	6	6		78	12
																	122	16	8	8		94	12
																	108	108		108			
																	144	144		144			

																	12						*12*	
																								216
																								216

Курс 3					
Семестр 5					
Конт. раб.	Лек	Пр	ИП	СР	ПАтт
234	10	224		86	
10	6	4		58	
4	2	2		32	
6	4	2		26	
8	4	4		28	
8	4	4		28	



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	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
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							Недель	Контроль	Академических ча				
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контр оль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр
ИТОГО (с факультативами)				**588**								17		**756**				
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**588**										**756**				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**36,8**										**30**				
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		**18**										**30**				
		Аудиторная нагрузка		**4,27**										**3,75**				
		Контактная работа		**4,27**										**3,75**				
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**588**	**64**	**36**		**28**		**488**	**36**	ТО: 15 Э: 2		**540**	**60**	**30**		**30**
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		50								
8	ОП.04	Рекламная деятельность	Эк	**104**	12	8		4		80	12							
9	ОП.05	Психология рекламы	К	**56**	6	4		2		50								
10	ОП.06	Русский язык и культура речи	Эк	**76**	8	4		4		56	12							
11	ОП.11	Техника и технология рекламного видео											К	**72**	6	4		2
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**	124	8		116
14	МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов											Эк	**80**	8	4		4
15	МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий											Эк	**70**	8	4		4
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**	130	10		120
18	МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий											ЗаО	**54**	8	4		4
19	МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий											Эк	**100**	14	6		8
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(3)										Эк(5) ЗаО(6) К(2					
КАНИКУЛЫ												2						

асов				Итого за курс											
					Академических часов									Каф.	Семестр
ИП	СР	Контроль	Недель	Контроль	Всего	Контакт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контроль	Недель		
			24		**1344**								41		
					1344										
					33,4										
					24										
					4,01										
					4,01										
	420	**60**	ТО: 16 Э: 2		**1128**	**124**	**66**		**58**		**908**	**96**	ТО: 31 Э: 4		
				К	**38**	4	2		2		34				1
	60			ЗаО	**68**	8	4		4		60				2
				ЗаО	**78**	8	4		4		70				1
				ЗаО	**36**	4	2		2		32				1
				ЗаО	**56**	6	4		2		50				1
				Эк	**88**	10	4		6		66	12			1
				К	**56**	6	4		2		50				1
				Эк	**104**	12	8		4		80	12			1
				К	**56**	6	4		2		50				1
				Эк	**76**	8	4		4		56	12			1
	66			К	**72**	6	4		2		66				2
	64			К	**72**	8	4		4		64				2
	110	36		Эк(3) ЗаО(2)	**270**	124	8		116		110	36			2
	60	12		Эк	**80**	8	4		4		60	12			2
	50	12		Эк	**70**	8	4		4		50	12			2
		12		Эк	**12**							12			2

	120	24		Эк(2) ЗаО(3)	**274**	130	10		120		120	24			2
	46			ЗаО	**54**	8	4		4		46				2
	74	12		Эк	**100**	14	6		8		74	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
2)				Эк(8) ЗаО(8) К(5)											
			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)				**560**								17		**728**				
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**560**										**728**				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**33,46**										**28,54**				
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		**24**										**24**				
		Аудиторная нагрузка		**4,37**										**3,6**				
		Контактная работа		**4,37**										**3,6**				
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**416**	**48**	**24**		**24**		**320**	**48**	ТО: 11 Э: 2		**476**	**54**	**28**		**26**
1	СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	ЗаО	**38**	8	4		4		30								
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**	10	4		6		68	12							
7	ОП.13	Проектное управление											Эк	**72**	8	4		4
8	ОП.14	Юнит-экономика												**36**	4	2		2
9	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Эк(3) ЗаО(2)	**360**	166	12		154		158	36							
10	МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Эк	**94**	10	6		4		72	12							
11	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		86	12							
12	ПМ.03.01(К)	Экзамен по модулю "Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий"	Эк	**12**							12							
13	ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях											Эк(3) ЗаО(2) КР	**488**	280	14		266
14	МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений											Эк КР	**102**	12	6		6

15	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки											Эк	**122**	16	8		8
16	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)		144	144			144				4		252	252			252
	УП.03	Учебная практика	ЗаО	36	36			36				1						
	УП.04	Учебная практика											ЗаО	108	108			108
	ПП.03	Производственная практика	ЗаО	108	108			108				3						
	ПП.04	Производственная практика											ЗаО	144	144			144
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)																
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(4) ЗаО(4)										Эк(4) ЗаО(3) КР К					
КАНИКУЛЫ												2						

				Итого за курс										
асов					Академических часов									
ИП	СР	Контроль	Недель	Контроль	Всего	Конт акт.	Лек	Лаб	Пр	ИП	СР	Контроль	Недель	Каф.	Семестр
			24		**1288**								41		
					1288										
					31										
					24										
					3,99										
					3,99										
	374	**48**	ТО: 15 Э: 2		**892**	**102**	**52**		**50**		**694**	**96**	ТО: 26 Э: 4		
				ЗаО	**38**	8	4		4		30				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**	10	4		6		68	12			3
	52	12		Эк	**72**	8	4		4		52	12			4
	32				**36**	4	2		2		32				45
				Эк(3) ЗаО(2)	**360**	166	12		154		158	36			3
				Эк	**94**	10	6		4		72	12			3
				Эк	**110**	12	6		6		86	12			3
				Эк	**12**							12			3
	172	36		Эк(3) ЗаО(2) КР	**488**	280	14		266		172	36			4
	78	12		Эк КР	**102**	12	6		6		78	12			4

	94	12		Эк	**122**	16	8		8		94	12			4
		12		Эк	**12**							12			4
			7		396	396			396				11		
				ЗаО	36	36			36				1		3
			3	ЗаО	108	108			108				3		4
				ЗаО	108	108			108				3		3
			4	ЗаО	144	144			144				4		4
(2)				Эк(8) ЗаО(7) КР К(2)											
			9										11		

№	Индекс	Наименование	Семестр 5									Итого за курс					
			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)				**320**								24		**320**				
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**320**										**320**				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**6,5**										**3,25**				
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)																
		Аудиторная нагрузка		**1,13**										**0,57**				
		Контактная работа		**1,13**										**0,57**				
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**104**	**18**	**10**		**8**		**86**		ТО: 16 Э: 2		**104**	**18**	**10**		**8**
1	СГ.06	Основы финансовой грамотности	К	**36**	4	2		2		32			К	**36**	4	2		2
2	СГ.08	Эффективное поведение на рынке труда	К	**32**	6	4		2		26			К	**32**	6	4		2
3	ОП.14	Юнит-экономика	ЗаО	**36**	8	4		4		28			ЗаО	**36**	8	4		4
ПРАКТИКИ		(План)																
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)		216	216			216				6		216	216			216
	ГИА.01	Демонстрационный экзамен		216	216			216				6		216	216			216
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			ЗаО К(2)															
КАНИКУЛЫ												2						

асов			Недель	Каф.	Семестр
ИП	СР	Контроль			
			24		
	86		ТО: 16 Э: 2		
	32				5
	26				5
	28				45
			6		
			6		5
ЗаО 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	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	1		56							
+	ОП.04	Рекламная деятельность	1		104							
+	ОП.05	Психология рекламы	1		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	4		72							
+	ОП.14	Юнит-экономика	4		36							
			5		36							
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							
+	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		100							
+	УП.02	Учебная практика	2		36							
+	ПП.02	Производственная практика	2		72							
+	ПМ.02.01(К)	Экзамен по модулю "Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий"	2		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	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	4		102							
+	МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	4		122							
+	УП.04	Учебная практика	4		108							
+	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	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	1	2			1						
УП.03 Учебная практика	2	1			1						
УП.04 Учебная практика	2	2			3						
Вид практики: Производственная практика											
ПП.01 Производственная практика	1	2			2						
ПП.02 Производственная практика	1	2			2						
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			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	588	756	1288	560	728	320	320	
ПП	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА		2952	1344	588	756	1288	560	728	320	320	
СГ	Социально-гуманитарный цикл		364	220	152	68	76	38	38	68	68	
ОП	Общепрофессиональный цикл		980	580	436	144	364	162	202	36	36	
П	Профессиональный цикл		1392	544		544	848	360	488			
ГИА	Государственная итоговая аттестация		216							216	216	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	Период ТО	26.47	-	36.8	30	-	33.46	28.54	-	6.5	
		Период атт.	19.2	-	18	30	-	24	24	-		
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП	3.35	-	4.27	3.75	-	4.37	3.6	-	1.13	
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)		8	3	5	8	4	4			
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)		8	2	6	7	4	3	1	1	
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)					1		1			
		КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА (К)		5	3	2	2		2	2	2	
	Доля учебных занятий и практик в ОП (%)		31.28%									
	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

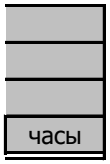
Нормы часов (акад.) форм контроля	
Часов на экзамен	9
Часов на зачет	4
Часов на зачет с оценкой	4

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 [К]	38	СГ.03 Безопасность жизнедеятельности [ЗаО]	68	СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности [ЗаО]	38	СГ.05 Основы бережливого производства [К]	38	СГ.06 Основы финансовой грамотности [К]	36		
2	СГ.04 Физическая культура [ЗаО]	78			ОП.09 Основы рекламного производства [ЗаО]	72	ОП.07 Деловое общение [ЗаО]	58	СГ.08 Эффективное поведение на рынке труда [К]	32		
3			ОП.11 Техника и технология рекламного видео [К]	72					ОП.14 Юнит-экономика [ЗаО]	36		
4	СГ.07 Введение в специальность: общие компетенции профессионала [ЗаО]	36					ОП.08 Речевое воздействие в рекламе [К]	36				
5	ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе [ЗаО]	56	ОП.12 Техника и технология рекламного фото [К]	72	ОП.10 Проектная и компьютерная графика [Эк]	90	ОП.13 Проектное управление [Эк]	72	ГИА.01 Демонстрационный экзамен	216		
6												
7	ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности [Эк]	88					ОП.14 Юнит-экономика	36				
8												
9	ОП.03 История экранных искусств [К]	56	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта [ЗЭк, 2ЗаО]	270								
10												
11	ОП.04 Рекламная деятельность [Эк]	104			ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий [ЗЭк, 2ЗаО]	360						
12												
13	ОП.05 Психология рекламы [К]	56					ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих	488				
14												

14					
15	ОП.06 Русский язык и культура речи [Эк]	76			
16			ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий [2Эк, 3ЗаО]	274	
17					
18					
19					
20					
21					

материалов на основных рекламных носителях
[3Эк, 2ЗаО, КР]


часы

ПЕРЕЧЕНЬ ЛАБ

№

БОРАТОРИЙ, КАБИНЕТОВ, МАСТЕРСКИХ И ДР.

Наименование