

Раздел 5. Структура образовательной программы

5.1. Учебный план

5.1.1. Учебный план по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)

Индекс	Наименование	Всего	В т.ч. в форме практ. подготовки	Объем образовательной программы в академических часах, по видам учебных занятий						Рекомендуемый курс изучения
				Теоретические занятия	Лабораторные и практические занятия	Курсовая работа / проект	Практики	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Обязательная часть образовательной программы		1908	1426	410	934	60	432		72	
СГ.00	Социально-гуманитарный цикл	296	208	88	208	0	0	0	0	
СГ.01	История России	38	10	28	10					1
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	38	36	2	36					1
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	68	48	20	48					1
СГ.04	Физическая культура	78	74	4	74					1_2
СГ.05	Основы бережливого производства	38	20	18	20					1
СГ.06	Основы финансовой грамотности	36	20	16	20					1
ОП.00	Общепрофессиональный цикл	400	286	114	286	0	0	0	0	
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	56	46	10	46					1
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	88	82	6	82					1,2
ОП.03	История экранных искусств	38	18	20	18					1
ОП.04	Рекламная деятельность	104	80	24	80					1
ОП.05	Психология рекламы	38	20	18	20					1
ОП.06	Русский язык и культура речи	76	40	36	40					1,2
П. 00	Профессиональный цикл	1140	932	208	440	60	432	0	0	

ПМ 01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	222	182	40	90	20	72	0	0	1
МДК 01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов	80	60	20	60					1
МДК 01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	70	50	20	30	20				1
УП. 01	Учебная практика	36	36				36			1
ПП. 01	Производственная практика	36	36				36			1
ПМ 02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	226	192	34	100	20	72	0	0	1
МДК 02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	54	40	14	20	20				1
МДК 02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	100	80	20	80					2
УП. 02	Учебная практика	36	36				36			1
ПП. 02	Производственная практика	36	36				36			2
ПМ 03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	270	212	58	140	0	72	0	0	1
МДК 03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет	88	60	28	60					2

МДК 03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	110	80	30	80					2
УП. 03	Учебная практика	36	36				36			2
ПП. 03	Производственная практика	36	36				36			2
ПМ 04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	278	202	76	110	20	72	0	0	2
МДК 04.01	Разработка творческих рекламных решений	90	60	30	40	20				2
МДК 04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	116	70	46	70					2
УП. 04	Учебная практика	36	36				36			2
ПП. 04	Производственная практика	36	36				36			2
ПП	Производственная практика(преддипломная)	144	144				144			2
Промежуточная аттестация		72							72	1,2
Вариативная часть ОП		828								1_2
ГИА.0 0	Государственная итоговая аттестация	216								2
Итого:		2952								

5.2.1. По программе подготовки специалистов среднего звена

1 курс

Календарный учебный график

[illegible]

¹ПН – даты «промежуточной недели» на стыке двух месяцев (при наличии).

[illegible]