

Министерство образования Ставропольского края

Частное образовательное учреждение профессионального образования «Ставропольский многопрофильный колледж»

План одобрен Педагогическим советом
Протокол № 6 от 25.05.2026

УТВЕРЖДАЮ

Директор

_____ Кандырова Н.В.

25 мая 2026 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы подготовки специалистов среднего звена среднего профессионального образования

42.02.01

Специальность 42.02.01 РЕКЛАМА

Кафедра: Экономики и туризма

Квалификация: Специалист по рекламе

Форма обучения: Очная

Срок получения образования по ОП: 2 г. 10 м.

Уровень образования при приеме на обучение: основное общее образование

Год начала подготовки (по учебному плану)

2026

Учебный год

2026-2027

Образовательный стандарт (ФГОС)

№ 552 от 21.07.2023

Основной	Виды деятельности
+	проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
+	разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
+	продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
+	создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора

_____ / Шляхова Н.И./

ПланСвод Учебный план ППССЗ СПО '42.02.01_25_00 КР-2619 интернет-маркет.plx', код специальности 42.02.01, год начала подготовки 2026

-	-	-	Формы пром. атт.				Итого академ. часов							Объем ОП		Курс 1		Курс 2		Курс 3		Закрепленная кафедра	
			Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Трудо-емкость	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	ПАТТ	Пр. подгот	Обяз. часть	Вар. часть	Семест	Семест	Семест	Семест	Семест	Семест	Код	Наименование
+	ОПЦ.В.13	Психология деловых коммуникаций		3*			32	32	32	32		14		32				32			26	Экономики и туризма	
+	ОПЦ.В.14	Копирайтинг		3*			32	32	32	32		14		32				32			26	Экономики и туризма	
+	ОПЦ.В.15	Email-маркетинг			5*		54	54	54	54		24								54	26	Экономики и туризма	
+	ОПЦ.В.16	Event-маркетинг			4*		48	48	48	48								48			26	Экономики и туризма	
ПЦ.Профессиональный цикл							1534	1534	1354	1346		180	886	1260	274			164	600	318	452		
+	ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	3556		45666		394	394	346	344		48	174	288	106			32	90	112	160		
+	МДК.01.01	Маркетинговые исследования	3*				32	32	20	20		14	12	32				32			26	Экономики и туризма	
+	МДК.01.02	Стратегический маркетинг	5*				40	40	34	34		12	6	40						40	26	Экономики и туризма	
+	МДК.01.03	Инфлюенс - маркетинг			4*		90	90	90	90		20		90				90			26	Экономики и туризма	
+	МДК.01.04	Основы ВІ			5*		32	32	32	32		12		32						32	26	Экономики и туризма	
+	МДК.01.05	CRM-маркетинг	5*				40	40	28	26		12	12	40						40	26	Экономики и туризма	
+	МДК.01.06	Управление бизнес-процессами			6*		34	34	34	34		14		34							34	26	Экономики и туризма
+	УП.01.01	Учебная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)			6*		36	36	36	36				36							36	26	Экономики и туризма
+	ПП.01.04	Производственная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)			6*		72	72	72	72		22		72							72	26	Экономики и туризма
+	ПМ.01.01(К)	<i>Экзамен квалификационный (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)</i>	6				18	18				18	18	18							18	26	Экономики и туризма
+	ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	3566		466	6	280	280	226	222		54	166	176	104			38	46	48	148		
+	МДК.02.01	Решение прикладных задач	3				38	38	26	26		14	12	38				38			26	Экономики и туризма	
+	МДК.02.02	Разработка digital-стратегии			4*		46	46	46	46		20		46				46			26	Экономики и туризма	
+	МДК.02.03	Аккаунтинг проектов	5				48	48	36	34		14	12	48						48	26	Экономики и туризма	
+	МДК.02.04	Медиапланирование	6*			6	58	58	46	44		28	12	58							58	26	Экономики и туризма
+	УП.02.01	Учебная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)			6*		36	36	36	36		36		36							36	26	Экономики и туризма
+	ПП.02.01	Производственная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)			6*		36	36	36	36		36		36							36	26	Экономики и туризма
+	ПМ.02.01(К)	<i>Экзамен квалификационный (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)</i>	6				18	18				18	18	18							18	26	Экономики и туризма
+	ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	4444		3344	44	392	392	350	350		42	188	360	32			94	298				
+	МДК.03.01	Таргетированная реклама			3*		32	32	32	32		14		32				32			26	Экономики и туризма	
+	МДК.03.02	Брендинг. Методики	4*			4*	42	42	36	36		18	6	42				42			26	Экономики и туризма	
+	МДК.03.03	Брендинг. Стратегии	4*			4*	42	42	36	36		18	6	42				42			26	Экономики и туризма	
+	МДК.03.04	SMM-стратегии			3*		32	32	32	32		14		32				32			26	Экономики и туризма	
+	МДК.03.05	Основы контекстной рекламы	4				82	82	70	70		34	12	82				30	52		26	Экономики и туризма	

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
ОП	ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
НОО	Начальное общее образование	
ООО	Основное общее образование	
СОО	Среднее общее образование	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
БД	Базовые дисциплины	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.3.
УП.01	Русский язык	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.
УП.02	Литература	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 06.; ПК 4.1.
УП.03	Иностранный язык	ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.
УП.04	Физическая культура	ОК 04.; ОК 06.; ОК 08.
УП.05	Основы безопасности и защиты Родины	ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 07.
УП.06	Информатика	ОК 02.; ОК 06.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.3.
УП.07	Физика	ОК 01.; ОК 04.; ОК 06.
УП.08	Химия	ОК 01.; ОК 04.; ОК 06.
УП.09	Биология	ОК 01.; ОК 04.; ОК 06.
УП.10	География	ОК 02.; ОК 06.; ОК 07.
ПД	Профильные дисциплины	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ПК 1.1.
УП.11	Математика	ОК 01.; ОК 04.; ОК 06.
УП.12	История	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 06.
УП.13	Обществознание	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ПК 1.1.
ПОО	Предлагаемые ОО	ОК 02.; ОК 04.; ОК 06.
УП.14	Россия - моя история	ОК 02.; ОК 04.; ОК 06.
УП.14	История Ставропольского края	ОК 02.; ОК 04.; ОК 06.
ПП	ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
СГЦ	Социально-гуманитарный цикл	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.
СГЦ.01	История России	ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.
СГЦ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.
СГЦ.03	Безопасность жизнедеятельности	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 07.
СГЦ.04	Физическая культура	ОК 08.
СГЦ.05	Основы финансовой грамотности	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 05.; ОК 06.
СГЦ.06	Основы бережливого производства	ОК 01.; ОК 04.; ОК 07.
ОПЦ	Общепрофессиональный цикл	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ОПЦ.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.
ОПЦ.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.
ОПЦ.03	История экранных искусств	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
ОПЦ.04	Рекламная деятельность	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.
ОПЦ.05	Психология рекламы	ОК 01.; ОК 04.; ОК 05.
ОПЦ.06	Русский язык и культура речи	ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.
ОПЦ.В.07	Основы управления командой	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
ОПЦ.В.08	Экономика	ОК 02.; ОК 03.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
ОПЦ.В.09	Введение в интернет-маркетинг	ОК 01.; ОК 02.; ПК 1.4.; ПК 2.2.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
ОПЦ.В.10	Веб-аналитика	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
ОПЦ.В.11	Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности/ Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
ОПЦ.В.12	Фотосъемка и обработка фотографий	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
ОПЦ.В.13	Психология деловых коммуникаций	ОК 03.; ОК 04.; ПК 1.1.; ПК 1.4.
ОПЦ.В.14	Копирайтинг	ОК 01.; ОК 05.; ОК 06.; ПК 1.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ОПЦ.В.15	Email-маркетинг	ОК 01.; ОК 02.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 4.3.
ОПЦ.В.16	Event-маркетинг	ОК 01.; ОК 04.; ОК 06.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.3.
ПЦ	Профессиональный цикл	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ПМ.01	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
МДК.01.01	Маркетинговые исследования	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
МДК.01.02	Стратегический маркетинг	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 1.4.
МДК.01.03	Инфлюенс - маркетинг	ОК 02.; ОК 03.; ОК 06.; ПК 1.1.; ПК 1.4.
МДК.01.04	Основы ВІ	ОК 02.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
МДК.01.05	CRM-маркетинг	ОК 03.; ОК 04.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
МДК.01.06	Управление бизнес-процессами	ОК 01.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
УП.01.01	Учебная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
ПП.01.04	Производственная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
ПМ.01.01(К)	Экзамен квалификационный (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.
ПМ.02	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
МДК.02.01	Решение прикладных задач	ОК 01.; ОК 02.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
МДК.02.02	Разработка digital-стратегии	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.1.
МДК.02.03	Аккаунтинг проектов	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.2.
МДК.02.04	Медиапланирование	ОК 02.; ОК 05.; ОК 06.; ПК 2.1.

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
УП.02.01	Учебная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
ПП.02.01	Производственная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
ПМ.02.01(К)	Экзамен квалификационный (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 2.2.
ПМ.03	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
МДК.03.01	Таргетированная реклама	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.
МДК.03.02	Брендинг. Методики	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 06.; ПК 3.1.; ПК 3.2.
МДК.03.03	Брендинг. Стратегии	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ПК 3.1.; ПК 3.2.
МДК.03.04	SMM-стратегии	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 3.3.
МДК.03.05	Основы контекстной рекламы	ОК 01.; ОК 02.; ОК 05.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
УП.03.01	Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
ПП.03.01	Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
ПМ.03.01(К)	Экзамен квалификационный (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
ПМ.04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МДК.04.01	Контент-маркетинг	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
МДК.04.02	Веб-дизайн	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МДК.04.03	Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)	ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МДК.04.04	Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)	ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МДК.04.05	UX/UI-дизайн	ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
УП.04.01	Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
ПП.04.01	Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ПМ.04.01(К)	Экзамен квалификационный (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ПДП.01	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ГИА	Государственная итоговая аттестация	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ГИА.01(Дп)	Подготовка выпускной квалификационной работы	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
ГИА.02(Д)	Защита выпускной квалификационной работы	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 07.; ОК 08.; ОК 09.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.

-	-	-	-	Общий объем в семестре	
Считать в плане	Индекс	Наименование	Семестр/ Курс	з.е.	Часов

СОО.Среднее общее образование

+	УП.01	Русский язык	1		52
			2		78
+	УП.02	Литература	1		52
			2		66
+	УП.03	Иностранный язык	1		52
			2		66
+	УП.04	Физическая культура	1		34
			2		44
+	УП.05	Основы безопасности и защиты Родины	1		40
+	УП.06	Информатика	1		32
			2		44
+	УП.07	Физика	2		76
+	УП.08	Химия	2		80
+	УП.09	Биология	1		32
			2		44
+	УП.10	География	1		36
+	УП.11	Математика	1		126
			2		132
+	УП.12	История	1		52
			2		114
+	УП.13	Обществознание	1		68
			2		120
+	УП.14	Россия - моя история	1		36

СГЦ.Социально-гуманитарный цикл

+	СГЦ.01	История России	3		38
+	СГЦ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	3		14
			4		40
			5		34

-	-	-	-	Общий объем в семестре	
Считать в плане	Индекс	Наименование	Семестр/ Курс	з.е.	Часов
+	СГЦ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	6		30
+	СГЦ.03	Безопасность жизнедеятельности	3		68
+	СГЦ.04	Физическая культура	3		14
			4		22
			5		18
			6		22
+	СГЦ.05	Основы финансовой грамотности	6		38
+	СГЦ.06	Основы бережливого производства	6		36

ОПЦ.Общепрофессиональный цикл

+	ОПЦ.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	3		52
+	ОПЦ.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	4		40
			5		24
+	ОПЦ.03	История экранных искусств	3		32
+	ОПЦ.04	Рекламная деятельность	4		40
			5		44
+	ОПЦ.05	Психология рекламы	6		38
+	ОПЦ.06	Русский язык и культура речи	3		70
+	ОПЦ.В.07	Основы управления командой	5		48
+	ОПЦ.В.08	Экономика	3		32
+	ОПЦ.В.09	Введение в интернет-маркетинг	3		32
+	ОПЦ.В.10	Веб-аналитика	3		32
+	ОПЦ.В.11	Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности/ Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний	5		72
			6		32
+	ОПЦ.В.12	Фотосъемка и обработка фотографий	4		74
+	ОПЦ.В.13	Психология деловых коммуникаций	3		32
+	ОПЦ.В.14	Копирайтинг	3		32

Объем практической подготовки (акад. час)									
Итого	Лек пр. подгот	Лаб пр. подгот	Пр пр. подгот	КРП пр. подгот	СРП пр. подгот	ИП пр. подгот	Конс пр. подгот	СР пр. подгот	Контроль пр. подгот
<u>14</u>			<u>14</u>						

<u>40</u>		<u>26</u>	<u>14</u>						
<u>12</u>		<u>12</u>							
<u>8</u>			<u>8</u>						
<u>20</u>			<u>20</u>						
<u>12</u>			<u>12</u>						
<u>12</u>			<u>12</u>						
<u>14</u>			<u>14</u>						
<u>14</u>			<u>14</u>						
<u>12</u>			<u>12</u>						
<u>14</u>			<u>14</u>						
<u>12</u>		<u>12</u>							
<u>14</u>			<u>14</u>						
<u>14</u>			<u>14</u>						

-	-	-	-	Общий объем в семестре	
Считать в плане	Индекс	Наименование	Семестр/ Курс	з.е.	Часов
+	ОПЦ.В.15	Email-маркетинг	5		54
+	ОПЦ.В.16	Event-маркетинг	4		48
+	МДК.01.06	Управление бизнес-процессами	6		34

ПЦ.Профессиональный цикл

+	МДК.01.01	Маркетинговые исследования	3		32
+	МДК.01.02	Стратегический маркетинг	5		40
+	МДК.01.03	Инфлюенс - маркетинг	4		90
+	МДК.01.04	Основы BI	5		32
+	МДК.01.05	CRM-маркетинг	5		40
+	УП.01.01	Учебная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)	6		36
+	ПП.01.04	Производственная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)	6		72
+	ПМ.01.01(К)	Экзамен квалификационный (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)	6		18
+	МДК.02.01	Решение прикладных задач	3		38
+	МДК.02.02	Разработка digital-стратегии	4		46
+	МДК.02.03	Аккаунтинг проектов	5		48
+	МДК.02.04	Медиапланирование	6		58
+	УП.02.01	Учебная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)	6		36
+	ПП.02.01	Производственная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)	6		36
+	ПМ.02.01(К)	Экзамен квалификационный (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)	6		18
+	МДК.03.01	Таргетированная реклама	3		32
+	МДК.03.02	Брендинг. Методики	4		42

Объем практической подготовки (акад. час)									
Итого	Лек пр. подгот	Лаб пр. подгот	Пр пр. подгот	КРП пр. подгот	СРП пр. подгот	ИП пр. подгот	Конс пр. подгот	СР пр. подгот	Контроль пр. подгот
24			24						
14			14						

14			14						
12			12						
20			20						
12			12						
12			12						
72			72						
18									18
14			14						
20			20						
14			14						
28			28						
36			36						
36			36						
18									18
14			14						
18			18						

-	-	-	-	Общий объем в семестре	
Считать в плане	Индекс	Наименование	Семестр/ Курс	з.е.	Часов
+	МДК.03.03	Брендинг. Стратегии	4		42
+	МДК.03.04	SMM-стратегии	3		32
+	МДК.03.05	Основы контекстной рекламы	3		30
			4		52
+	УП.03.01	Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	4		72
+	ПП.03.01	Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	4		72
+	ПМ.03.01(К)	Экзамен квалификационный (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)	4		18
+	МДК.04.01	Контент-маркетинг	4		36
+	МДК.04.02	Веб-дизайн	4		46
+	МДК.04.03	Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)	4		42
+	МДК.04.04	Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)	4		42
+	МДК.04.05	UX/UI-дизайн	5		32
+	УП.04.01	Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	5		36
+	ПП.04.01	Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	5		72
+	ПМ.04.01(К)	Экзамен квалификационный (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	5		18
+	ПДП.01	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)	6		144
ГИА.Государственная итоговая аттестация					
+	ГИА.01(Дп)	Подготовка выпускной квалификационной работы	6		144
+	ГИА.02(Д)	Защита выпускной квалификационной работы	6		72
Итого					

Объем практической подготовки (акад. час)									
Итого	Лек пр. подгот	Лаб пр. подгот	Пр пр. подгот	КРП пр. подгот	СРП пр. подгот	ИП пр. подгот	Конс пр. подгот	СР пр. подгот	Контроль пр. подгот
<u>18</u>			<u>18</u>						
<u>14</u>			<u>14</u>						
<u>14</u>			<u>14</u>						
<u>20</u>			<u>20</u>						
<u>72</u>			<u>72</u>						
<u>18</u>									<u>18</u>
<u>18</u>			<u>18</u>						
<u>18</u>			<u>18</u>						
<u>20</u>			<u>20</u>						
<u>20</u>			<u>20</u>						
<u>12</u>			<u>12</u>						
<u>36</u>			<u>36</u>						
<u>72</u>			<u>72</u>						
<u>18</u>									<u>18</u>
<u>144</u>			<u>144</u>						
<u>72</u>			<u>72</u>						
1268		50	1146						72

Вид	Наименование	Курс	Семестр
Эк	Комплексный экзамен	1	
	<i>МДК.04.03 Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere)</i>	2	2
	<i>МДК.04.04 Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator)</i>	2	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
Эк	Комплексный экзамен	1	
	<i>МДК.01.02 Стратегический маркетинг</i>	3	1
	<i>МДК.01.05 CRM-маркетинг</i>	3	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	1	
	<i>ОПЦ.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе</i>	2	1
	<i>ОПЦ.03 История экранных искусств</i>	2	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
КР	Комплексная курсовая работа	1	
	<i>МДК.03.02 Брендинг. Методики</i>	2	2
	<i>МДК.03.03 Брендинг. Стратегии</i>	2	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	2	
	<i>ОПЦ.В.08 Экономика</i>	2	1
	<i>ОПЦ.В.10 Веб-аналитика</i>	2	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
За	Комплексный зачет	2	
	<i>ОПЦ.В.13 Психология деловых коммуникаций</i>	2	1
	<i>ОПЦ.В.14 Копирайтинг</i>	2	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	2	
	<i>МДК.03.01 Таргетированная реклама</i>	2	1
	<i>МДК.03.04 SMM-стратегии</i>	2	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	2	
	<i>МДК.04.01 Контент-маркетинг</i>	2	2
	<i>МДК.04.02 Веб-дизайн</i>	2	2

Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	2	
	<i>МДК.01.03 Инфлюенс - маркетинг</i>	2	2
	<i>МДК.02.02 Разработка digital-стратегии</i>	2	2
	<i>ОПЦ.В.16 Event-маркетинг</i>	2	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
Эк	Комплексный экзамен	2	
	<i>МДК.01.01 Маркетинговые исследования</i>	2	1
	<i>ОПЦ.В.09 Введение в интернет-маркетинг</i>	2	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
Эк	Комплексный экзамен	2	
	<i>МДК.03.02 Брендинг. Методики</i>	2	2
	<i>МДК.03.03 Брендинг. Стратегии</i>	2	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	2	
	<i>ПП.03.01 Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)</i>	2	2
	<i>УП.03.01 Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий)</i>	2	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	3	
	<i>ПП.04.01 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)</i>	3	1
	<i>УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)</i>	3	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	3	
	<i>ПП.02.01 Производственная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)</i>	3	2
	<i>УП.02.01 Учебная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий)</i>	3	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	3	2
	<i>СГЦ.05 Основы финансовой грамотности</i>	3	2

	<i>СГЦ.06 Основы бережливого производства</i>	3	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	3	
	<i>ПП.01.04 Производственная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)</i>	3	2
	<i>УП.01.01 Учебная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта)</i>	3	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	3	
	<i>МДК.01.06 Управление бизнес-процессами</i>	3	2
	<i>ОПЦ.В.11 Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности/ Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний</i>	3	2
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	3	
	<i>МДК.01.04 Основы VI</i>	3	1
	<i>ОПЦ.В.15 Email-маркетинг</i>	3	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
ЗаО	Комплексный зачет с оценкой	3	
	<i>МДК.04.05 UX/UI-дизайн</i>	3	1
	<i>ОПЦ.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности</i>	3	1
Вид	Наименование	Курс	Семестр
Эк	Комплексный экзамен	3	
	<i>МДК.02.04 Медиапланирование</i>	3	2
	<i>ОПЦ.05 Психология рекламы</i>	3	2

ПЕРЕЧЕНЬ ЛАБОРАТОРИЙ, КАБИНЕТОВ, МАСТЕРСКИХ И ДР.

№	Наименование
Кабинеты	
1	Социально-экономических дисциплин
2	Иностранного языка
3	Безопасности жизнедеятельности
4	Основ композиции в рекламе
5	Рисунка и живописи в рекламе
6	Основы финансовой грамотности
7	Основ бережливого производства
8	Психологии в рекламе
9	Истории экранных искусств
10	Маркетинговых исследований
11	Дизайна и макетирования рекламной продукции
12	Брендинга и бренд менеджмента
13	Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний
Лаборатории:	
1	Информационных технологий
2	документационного обеспечения управления
3	Компьютерной графики
4	Видеостудия
5	Фотостудия
Спортивный комплекс:	
1	Спортивный зал
Мастерская:	
1	Учебная бухгалтерия
Залы:	
1	библиотека, читальный зал с выходом в интернет
2	актовый зал

Пояснения к учебному плану

1. Настоящий учебный план программы подготовки специалистов среднего звена по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама разработан на основе:

– Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями в действующей редакции);

– Приказа от 21 июля 2023 г. № 552 Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама;

- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 24 августа 2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 сентября 2022 г., регистрационный № 70167) (с изменениями и дополнениями в действующей редакции);

- Приказа Минпросвещения России от 08.11.2021 №800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 7 декабря 2021 г., регистрационный №66211) (с изменениями и дополнениями в действующей редакции на 22 ноября 2024 года);

- Приказа Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся» (с изменениями и дополнениями в действующей редакции);

- Распоряжения Минпросвещения России от 30.04.2021 №Р-98 «Об утверждении Концепции преподавания общеобразовательных дисциплин с учетом профессиональной направленности программ среднего профессионального образования, реализуемых на базе основного общего образования»;

- Рекомендаций по реализации среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования (письмо Министерства просвещения РФ от 14.06.2024 г. исх. № 05-1971);

– Рекомендаций, содержащие общие подходы к реализации образовательных программ среднего профессионального образования (отдельных их частей) в форме практической подготовки (письмо Департамента государственной политики в сфере СПО и ПО Министерства просвещения РФ от 08.04.2021 г. исх. № 05-369);

- Примерная образовательная программа по специальности 42.02.01. Реклама (Приказ ФГБОУ ДПО ИРПО № ____ от ____);

- Устава СМК.

2. Область профессиональной деятельности, в которой выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия.

3. Срок получения образования по образовательной программе в очной форме обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет: на базе среднего общего образования - 1 год 10 месяцев; на базе основного общего образования - 2 года 10 месяцев.

4. Объем образовательной программы, реализуемой: на базе среднего общего образования: 2952 ч., на базе основного общего образования, включая получение среднего общего образования в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования - 4428 ч.

5. Организация учебного процесса и режим занятий:

- учебный год начинается 1 сентября и заканчивается в соответствии с учебным планом специальности;

- продолжительность учебной недели - шесть дней;
- для всех видов аудиторных занятий академический час составляет 45 минут, учебные занятия группируются парами.

6. Объем недельной образовательной нагрузки обучающихся по программе (учебных занятий и практики) не превышает 36 академических часов.

7. Общеобразовательный цикл ППССЗ по специальности сформирован в соответствии с приказом Минобрнауки РФ № 413 от 17.05.2012г. "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования" с внесенными изменениями. В соответствии со спецификой основной профессиональной образовательной программы по специальности выбран социально-экономический профиль. Общий объем образовательной программы СПО, реализуемой на базе основного общего образования, увеличивается на 1476 часов (для специальностей СПО) и включает промежуточную аттестацию. Данный объем образовательной программы направлен на обеспечение получения среднего общего образования в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования с учетом профиля получаемой профессии (специальности). Знания и умения, полученные студентами при освоении учебных дисциплин общеобразовательного цикла, углубляются и расширяются в процессе изучения учебных дисциплин ППССЗ, таких циклов, как - «социально-гуманитарный цикл и общепрофессиональный цикл», а также отдельных дисциплин профессионального цикла. В период освоения общеобразовательных учебных дисциплин, обучающиеся выполняют один индивидуальный проект (учебное исследование или учебный проект). Индивидуальный проект выполняется обучающимся самостоятельно под руководством учителя (тьютора) по выбранной теме в рамках одного или нескольких изучаемых учебных предметов, курсов в любой избранной области деятельности (познавательной, практической, учебно-исследовательской, социальной, художественно-творческой, иной). Обучающиеся представляют индивидуальный проект на семинарских занятиях, студенческих научно-практических конференциях, конкурсах, фестивалях и(или) других внутриколледжных мероприятиях, проводимых в колледже.

8. В плане учебного процесса определены формы промежуточной аттестации, их количество (зачеты (З), дифференцированные зачеты (ДЗ), экзамены (Э)(комплексные экзамены) и экзамены (квалификационные) по каждому профессиональному модулю) и сроки ее проведения:

В учебном плане предусмотрено не более 8 экзаменов, не более 10 зачетов (без учета аттестации по физической культуре) за один курс обучения.

Экзамены (комплексный экзамен) проводятся в день, освобожденный от других форм учебной нагрузки.

Зачеты и дифференцированные зачеты проводятся за счет часов, отведенных на освоение соответствующего модуля (практики) или дисциплины, кроме зачета по производственной практике (преддипломной).

Консультации в рамках учебных дисциплин (междисциплинарных курсов) выделяются из объема нагрузки, отведенного на дисциплину, и/или времени, отведенного на промежуточную аттестацию.

- комплексный экзамен проводится по: МДК.04.03 Видеосъемка и монтаж (Adobe Premiere) и МДК.04.04 Дизайн в рекламной деятельности (Adobe Illustrator), МДК.01.02 Стратегический маркетинг и МДК.01.05 CRM-маркетинг, МДК.01.01 Маркетинговые исследования и ОПЦ.В.09 Введение в интернет-маркетинг, МДК.03.02 Брендинг. Методики и МДК.03.03 Брендинг. Стратегии, МДК.02.04 Медиапланирование и ОПЦ.05 Психология рекламы;

- комплексный диф. зачет проводится по: ОПЦ.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе и ОПЦ.03 История экранных искусств, ОПЦ.В.08 Экономика и ОПЦ.В.10 Веб-аналитика, МДК.03.01 Таргетированная реклама и МДК.03.04 SMM-стратегии, МДК.04.01 Контент-маркетинг и МДК.04.02 Веб-дизайн, МДК.01.03 Инфлюенс-маркетинг и МДК.02.02 Разработка digital-стратегии и ОПЦ.В.17 Event-маркетинг, ПП.03.01 Производственная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий) и УП.03.01 Учебная практика (Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий), ПП.04.01 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях) и УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях), ПП.02.01 Производственная

практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий) и УП.02.01 Учебная практика (Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий), СГЦ.05 Основы финансовой грамотности и СГЦ.06 Основы бережливого производства, ПП.01.04 Производственная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта) и УП.01.01 Учебная практика (Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта), ОПЦ.В.11 Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности и МДК.01.06 Управление бизнес-процессами, МДК.01.04 Основы ВІ и ОПЦ.В.16 Email-маркетинг, МДК.04.05 UX/UI-дизайн и ОПЦ.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности;

- комплексный зачет проводится по: ОПЦ.В.13 Психология деловых коммуникаций и ОПЦ.В.15 Копирайтинг.

Выполнение курсовой работы (проекта), рассматривается как вид учебной деятельности по дисциплине (дисциплинам) профессионального учебного цикла и (или) профессиональному модулю (модулям) профессионального учебного цикла и реализуется в пределах времени, отведенного на ее (их) изучение.

Курсовые работы выполняются по дисциплинам: ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, по ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий курсовая работа выполняется на выбор по одному из междисциплинарных курсов во 2 семестре.

9. Дисциплина "Физическая культура" должна способствовать формированию физической культуры выпускника и способности направленного использования средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовке к профессиональной деятельности, предупреждению профессиональных заболеваний.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья образовательная организация устанавливает особый порядок освоения дисциплины "Физическая культура" с учетом состояния их здоровья.

10. Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 42.02.01. Реклама выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений (вариативная часть).

Вариативная часть образовательной программы дает возможность дальнейшего развития общих и профессиональных компетенций за счет расширения видов деятельности, введения дополнительных видов деятельности, а также профессиональных компетенций, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с потребностями регионального рынка труда, а также с учетом требований цифровой экономики.

- объем вариативной части образовательной программы в академических часах составляет - 828 ч.

С целью развития профессиональных компетенций, с учетом требований работодателей и регионального рынка труда объем времени использован следующим образом:

- увеличен объем дисциплин социально-гуманитарного цикла: СГЦ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности (66ч.);

- введены новые дисциплины общепрофессионального цикла: ОПЦ.В.07 Основы управления командой (48ч.), ОПЦ.В.08 Экономика (32ч.), ОПЦ.В.09 Введение в интернет-маркетинг (32ч.), ОПЦ.В.10 Веб-аналитика (32ч.), ОПЦ.В.11 Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности/ Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний (104ч.), ОПЦ.В.12 Фотосъемка и обработка фотографий (74ч.), ОПЦ.В.13 Психология деловых коммуникаций (32ч.), ОПЦ.В.14 Копирайтинг (28ч.), ОПЦ.В.15 Email-маркетинг (54ч.), ОПЦ.В.16 Event-маркетинг (48ч.);

- введены новые дисциплины профессионального цикла: МДК.01.04 Основы ВІ (32ч.), МДК.01.05 CRM-маркетинг (40ч.), МДК.01.06 Управление бизнес-процессами (34ч.), МДК.02.02 Разработка digital-стратегии (46ч.), МДК.02.04 Медиапланирование (58ч.), МДК.03.04 SMM-стратегии (32ч.),

11. Учебная деятельность обучающихся предусматривает прохождение практики. Практика входит в профессиональный цикл и имеет следующие виды - учебная практика и производственная практика, которые реализуются в форме практической подготовки. Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Учебная и производственная практики реализуются как в несколько периодов, так и рассредоточенно, чередуясь с учебными занятиями.

- инструктаж обучающихся, выдача задания, собеседование по учебной практике входят в объем времени, отведенный на освоение профессионального модуля учебным планом по специальности;
- в объеме времени, отведенный учебным планом по специальности на производственную практику, в т.ч. преддипломную, входит инструктаж обучающихся, выдача задания;
- комплексный дифференцированный зачет по практикам (в пределах профессионального модуля) осуществляется за счет часов, отведенных на аттестацию по практике;
- собеседование и прием отчетов по производственной практике руководитель практики осуществляет за счет часов, отведенных на аттестацию по производственной практике;
- аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций;
- прием отчетов по производственной практике, в т.ч. преддипломной осуществляется по её завершению согласно графику сдачи.

12. Освоение образовательных программ среднего профессионального образования завершается итоговой аттестацией, которая является обязательной. Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы). Порядок проведения государственной итоговой аттестации определяется Положением о ГИА, утвержденным директором колледжа. К прохождению государственной итоговой аттестации допускаются обучающиеся, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план.

Объем времени, предусмотренного на государственную итоговую аттестацию, составляет 6 недель, на подготовку к защите дипломного проекта (работы) выделяется - 4 недели, на защиту дипломного проекта (работы) выделяется - 2 неделя. В эти же 2 недели проводится демонстрационный экзамен.