Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

"Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации"

(Финансовый университет)

Уральский филиал Финуниверситета

УТВЕРЖДАЮ
Директор Уральского филиала Финуниверситета
_____ И.А. Кравченко
"26" мая 2026 г. М.П.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по специальности среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Квалификация: специалист по рекламе

Форма обучения - очная

Срок получения образования - 1 год 10 мес.
на базе среднего общего образования

1. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Курсы	Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам	Учебная практика	Производственная практика		Промежуточная аттестация (в том числе консультации)	Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего (по курсам)
			по профилю специальности	преддипломная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I курс	38	1	0	0	2	0	11	**52**
II курс	22	1	6	4	2	6	2	**43**
Всего	**60**	**2**	**6**	**4**	**4**	**6**	**13**	**95**

2. План учебного процесса

Индекс	Наименование циклов, учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, междисциплинарных курсов, практик	Формы промежуточной аттестации		Объем образовательной нагрузки	Учебная нагрузка студентов (час.)								Распределение учебной нагрузки по курсам и семестрам (час. в семестр)			
						Во взаимодействии с преподавателем							I курс		II курс	
						Нагрузка на дисциплины и МДК										
							в т.ч. по учебным дисциплинам и МДК									
		Экзамены	Дифференцированные зачёты		Самостоятельная работа	Всего занятий	Теоретическое обучение	Практические занятия	Курсовые проекты (работы)	По практике учебной и производственной	Консультации	Промежуточная аттестация	1 семестр 17 недель	2 семестр 24 недели	3 семестр 17 недель	4 семестр 24 недели
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
СГ.00	**Социально-гуманитарный цикл**	**0**	**9**	**712**	**144**	**568**	**242**	**326**	**0**	**0**	**0**	**0**	**242**	**220**	**66**	**40**
СГ.01	История России		1	76	8	68	50	18					68			
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		4	166	44	122		122					34	44	24	20
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		2	82	14	68	48	20					34	34		
СГ.04	Физическая культура		2,4	166	44	122	2	120					34	44	24	20
СГ.05	Основы финансовой грамотности		2	44	8	36	28	8						36		
СГ.06	Основы бережливого производства		1	44	8	36	28	8					36			
	Вариативная часть															
СГ.07	Основы философии		3	56	8	48	40	8						30	18	
СГ.08	Психология общения		2К	78	10	68	46	22					36	32		
ОП.00	**Общепрофессиональный цикл**	**4**	**6**	**802**	**100**	**684**	**238**	**446**	**0**	**0**	**8**	**16**	**260**	**262**	**152**	**0**
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе		2	56		56	10	46					28	28		
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	1		88	10	72	6	66			2	4	72			
ОП.03	История экранных исскуств		2	38		38	20	18					20	18		
ОП.04	Рекламная деятельность	2		104	10	88	24	64			2	4	44	44		
ОП.05	Психология рекламы		2К	38		38	18	20						38		

ОП.06	Русский язык и культура речи	2		76		70	36	34			2	4	36	34		
	Вариативная часть			**402**	**80**	**322**	**124**	**198**	**0**	**0**	**2**	**4**	**60**	**100**	**152**	**0**
ОП.07	Правовое обеспечение рекламной деятельности		3	92	20	72	32	40							72	
ОП.08	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	2		100	20	80	30	50			2	4	30	50		
ОП.09	Основы менеджмента и управления персоналом		2	110	20	90	40	50					30	50		
ОП.10	Техника и технология рекламной фотографии и рекламного видео		3	100	20	80	22	58							80	
ПМ.00	**Профессиональный цикл**	**4**	**10**	**1078**	**90**	**422**	**162**	**220**	**40**	**216**	**6**	**48**	**0**	**140**	**134**	**148**
ПМ.01	***Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта***	**1**	**2**	**214**	**20**	**140**	**70**	**50**	**20**	**36**	**2**	**16**	**0**	**140**	**0**	**0**
МДК.01.01	Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов		2К	80	10	70	50	20						70		
МДК.01.02	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			80	10	70	20	30	20					70		
УП.01	Учебная практика		2	36						36				1 нед		
	Экзамен по модулю	2		18							2	16				
ПМ.02	***Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий***	**1**	**3**	**316**	**20**	**134**	**34**	**80**	**20**	**144**	**2**	**16**	**0**	**0**	**134**	**0**
МДК.02.01	Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий		3К	54		54	14	20	20						54	
МДК.02.02	Форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			100	20	80	20	60							80	
УП.02	Учебная практика		3	36						36					1 нед	
ПП.02	Производственная практика (по профилю специальности)		3	108						108					3 нед	
	Экзамен по модулю	3		18							2	16				
ПМ.03	***Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий***	**1**	**2**	**252**	**50**	**148**	**58**	**90**	**0**	**36**	**2**	**16**	**0**	**0**	**0**	**148**

МДК.03.01	Стратегии продвижения бренда в сети Интернет		4К	88	20	68	28	40								68
МДК.03.02	Разработка и реализация рекламных кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях			110	30	80	30	50								80
ПП.03	Производственная практика (по профилю специальности)		4	36						36						1 нед
	Экзамен по модулю	4		18							2	16				
ПМ.04	***Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях***	**1**	**2**	**296**	**60**	**146**	**66**	**60**	**20**	**72**	**2**	**16**	**0**	**0**	**0**	**146**
МДК.04.01	Разработка творческих рекламных решений		4К	90	20	70	30	20	20							70
МДК.04.02	Разработка и размещение рекламного контента для продвижения бренда			116	40	76	36	40								76
ПП.04	Производственная практика (по профилю специальности)		4	72						72						2 нед
	Экзамен по модулю	4		18							2	16				
ПДП	**Производственная практика (преддипломная практика)**		4	**144**						**144**						**4 нед**
	ВСЕГО	**8**	**25**	**2736**	**334**	**1674**	**642**	**992**	**40**	**360**	**14**	**64**	**502**	**622**	**352**	**188**
ГИА	**Государственная итоговая аттестация**			**216**												**6 нед**
	Защита дипломного проекта (работы)			**36**												1 нед
	Демонстрационный экзамен			**36**												1 нед
ИТОГО				**2952**												

Консультации на учебную группу всего 44 часа (в период прохождения промежуточной аттестации и выполнения курсовых работ)

Государственная итоговая аттестация 216 час. (6 нед.)

1. Программа обучения по специальности

1.1. Дипломный проект (работа)

Защита дипломного проекта (работы) - 1 нед.

1.2. Демонстрационный экзамен - 1 нед.

Всего							
Дисциплин и МДК					13	15	7	6
учебной практики					0	36	36	0
производственной практики (по профилю специальности)					0	0	108	108
преддипломной практики					0	0	0	144
экзаменов					1	4	1	2
зачетов (в т.ч. физкультура)					2	10	6	7

3. Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и др. для подготовки по специальности СПО

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

4. Пояснительная записка

4.1 Нормативная база реализации образовательной программы

Настоящий учебный план образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ), специальности 42.02.01 Реклама Уральского филиала федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» разработан на основе:

Федеральный закон от 29.12.2012 г. №273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации»

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама"

Приказ 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)

Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05 августа 2020 г. №885/390 «О практической подготовке обучающихся» (Зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2020 N59778)

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 8 ноября 2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 7 декабря 2021 г., регистрационный № 66211), с изменениями, внесенными приказом Министерством просвещения Российской Федерации от 5 мая 2022 г. № 311 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 мая 2022 г., регистрационный № 68606)

4.2 Организация учебного процесса и режим занятий

4.2.1 Учебный год начинается 1 сентября, окончание – в соответствии с календарным учебным графиком. Обязательные учебные занятия в группах планируются в соответствии с календарным учебным графиком учебного процесса, утверждаемым ежегодно.

4.2.2 Продолжительность занятий – группировка парами (по 45 минут). Продолжительность учебных занятий составляет не более 8 часов в день.

4.2.3 В учебном плане предусмотрено изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» в объеме 82 часа: 68 обязательных аудиторных часов, из них 48 часов отводится на освоение основ военной службы.

4.2.4 Текущий контроль знаний проводится в форме устного, письменного опроса, тестирования, практических работ, контрольных работ, выполнения индивидуальных заданий, исследований, рефератов, подготовки презентаций. Формы и процедуры текущего контроля знаний выбираются преподавателем исходя из методической целесообразности, специфики учебной дисциплины, междисциплинарного курса. Для текущего контроля знаний используется пятибалльная система оценивания.

4.2.5 Курсовые работы, предусмотренные учебным планом, являются видом учебной работы и выполняются в пределах времени, отведенного на изучение дисциплины МДК 01.02 Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта; МДК 02.01 Стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений ПМ 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях .

4.2.6 При реализации ППССЗ предусматриваются следующие виды практической подготовки: учебная практика, производственная практика (по профилю специальности), производственная практика (преддипломная). Объем времени, предусмотренный на их проведение: на учебную практику - 2 недели (72 часа), на производственную практику (по профилю специальности) - 6 недель (216 часа), на производственную практику (преддипломную) – 4 недели (144 часа).

Учебная практика проводится по профессиональным модулям ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий .

4.2.7 Консультации могут быть групповыми, индивидуальными, письменными.

4.2.8 На каникулярное время в учебном году отводится: в зимний период 2 недели, в летний - 9 недель.

4.3 Формирование вариативной части учебных циклов ППССЗ

Объем времени, отведенный на вариативную часть образовательной программы, определен в соответствии с требованиями ФГОС СПО (не менее 30% от общего объема времени, отведенного на освоение программы). В рамках часов вариативной части, с учетом запросов работодателей, введены дисциплины: СГ.07 Основы философии (56 часов), СГ.08 Психология общения (78 часов), ОП.07 Правовое обеспечение рекламной деятельностиа (92 часа), ОП.08 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (100 часов), ОП.09 Основы менеджмента и управления персоналом (110 часов), ОП.10 Техника и технология рекламной фотографии и рекламного видео (100 часов). Увеличены часы на дисциплины обязательной части общепрофесионального цикла: ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе (56 часов), ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности (88 часов), ОП.03 История экранных исскуств (38 часов), ОП.04 Рекламная деятельность (104 часа), ОП.05 Психология рекламы (38 часа), ОП.06 Русский язык и культура речи (76 часов)

4.4 Порядок аттестации студентов

4.4.1 Качество освоения учебных дисциплин, междисциплинарных курсов (МДК), профессиональных модулей (ПМ) оценивается в процессе промежуточной аттестации.

4.5 Формы проведения промежуточной аттестации

4.5.1 Промежуточная аттестация проводится в форме зачетов, дифференцированных зачетов, экзаменов, комплексных дифференцированных зачетов, комплексных экзаменов, экзаменов по модулям.

4.5.2. Зачеты и дифференцированные зачеты по дисциплинам и междисциплинарным курсам проводятся за счет времени, отведенного на их изучение.

Комплексные зачеты проводятся по дисциплинам и междисциплинарным курсам:

СГ.08 Психология общения, ОП.05 Психологиия рекламы, МДК.01.01 Анализ целевой аудитории, рынка и конкурентов, МДК.01.02 Цели и задачи 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, 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, МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений, МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения бренда.

4.6 Формы проведения государственной итоговой аттестации

4.6.1 Государственная итоговая аттестация предусмотрена в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).

Заместитель директора по УМР Н.А. Калмакова