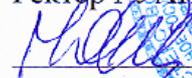


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения»

**УТВЕРЖДЕН**

Решением учёного совета ГУАП  
от «25» декабря 2025 г.,  
протокол № УС-10  
Ректор ГУАП

 Ю.А. Антохина



## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

образовательной программы

по специальности среднего профессионального образования

### 42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация:	специалист по рекламе
Форма обучения:	очная
Нормативный срок обучения:	2 года 10 месяцев на базе основного общего образования
Год приема:	2026

Санкт-Петербург – 2025 г.



## 2. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Курсы	Обучение по учебным предметам, дисциплинам и междисциплинарным курсам	Учебная практика	Производственная практика	Промежуточная аттестация	Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего
1 курс	40	0	0	1	0	11	52
2 курс	35	4	0	2	0	11	52
3 курс	22	2	9	2	6	2	43
Всего	97	6	9	5	6	24	147



СГ.06	Основы бережливого производства	ДЗ	46	8	38	14	24							38			
<b>ОП.00</b>	<b>Общепрофессиональный цикл</b>	<b>-4/4</b>	<b>674</b>	<b>110</b>	<b>522</b>	<b>328</b>	<b>194</b>			<b>10</b>	<b>32</b>			<b>352</b>	<b>114</b>		<b>56</b>
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	Э	126	18	96	56	40			4	8			96			
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	ДЗ, Э	177	28	140	90	50			1	8			64	76		
ОП.03	История экранных искусств	ДЗ	39	7	32	26	6							32			
ОП.04	Рекламная деятельность	-, Э	133	22	102	82	20			1	8			64	38		
ОП.05	Психология рекламы	ДЗ	39	7	32	12	20							32			
ОП.06	Русский язык и культура речи	Э	90	14	64	24	40			4	8			64			
ОП.07	Основы предпринимательской деятельности	ДЗ	70	14	56	38	18										56
<b>П. 00</b>	<b>Профессиональный цикл</b>	<b>-/11/11</b>	<b>1556</b>	<b>162</b>	<b>752</b>	<b>520</b>	<b>192</b>	<b>40</b>	<b>540</b>	<b>22</b>	<b>80</b>			<b>32</b>	<b>448</b>	<b>408</b>	<b>404</b>
<b>ПМ.01</b>	<b>Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b>	<b>-/3/2</b>	<b>261</b>	<b>24</b>	<b>114</b>	<b>78</b>	<b>36</b>		<b>108</b>	<b>1</b>	<b>14</b>				<b>150</b>		<b>72</b>
МДК 01.01	Основы маркетинга	Э	101	16	76	56	20			1	8			76			
МДК 01.02	Маркетинговые исследования в создании и реализации рекламных продуктов	ДЗ	46	8	38	22	16							38			
УП.01	Учебная практика	ДЗ	36						36					36			
ПП.01	Производственная практика	ДЗ	72						72								72
ПМ.01.Э	Экзамен по профессиональному модулю	Э	6								6						
<b>ПМ.02</b>	<b>Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий</b>	<b>-/3/2</b>	<b>261</b>	<b>24</b>	<b>114</b>	<b>62</b>	<b>32</b>	<b>20</b>	<b>108</b>	<b>1</b>	<b>14</b>				<b>114</b>	<b>36</b>	<b>72</b>
МДК 02.01	Рекламные коммуникации	ДЗ	46	8	38	22	16							38			
МДК 02.02	Разработка рекламных стратегий	Э	101	16	76	40	16	20		1	8			76			
УП.02	Учебная практика	ДЗ	36						36								36
ПП.02	Производственная практика	ДЗ	72						72								72
ПМ.02.Э	Экзамен по профессиональному модулю	Э	6								6						
<b>ПМ.03</b>	<b>Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</b>	<b>-/2/3</b>	<b>310</b>	<b>24</b>	<b>112</b>	<b>68</b>	<b>44</b>		<b>144</b>	<b>8</b>	<b>22</b>					<b>148</b>	<b>108</b>
МДК 03.01	Цифровой маркетинг	Э	80	12	56	36	20			4	8						56
МДК 03.02	Коммуникационные инструменты интернет-среды	Э	80	12	56	32	24			4	8						56
УП.03	Учебная практика	ДЗ	36						36								36
ПП.03	Производственная практика	ДЗ	108						108								108
ПМ.03.Э	Экзамен по профессиональному модулю	Э	6								6						
<b>ПМ.04</b>	<b>Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b>	<b>-/3/4</b>	<b>724</b>	<b>90</b>	<b>412</b>	<b>312</b>	<b>80</b>	<b>20</b>	<b>180</b>	<b>12</b>	<b>30</b>			<b>32</b>	<b>184</b>	<b>224</b>	<b>152</b>
МДК 04.01	Разработка и создание креативных решений в рекламе	Э, ДЗ, Э	223	35	164	104	40	20		8	16			32	76	56	

МДК 04.02	Технологии и способы реализации креативных решений на основных рекламных носителях	-, Э	315	55	248	208	40			4	8					168	80	
УП.04	Учебная практика	ДЗ	108						108						108			
ПП.04	Производственная практика	ДЗ	72						72								72	
ПМ.04.Э	Экзамен по профессиональному модулю	Э	6								6							
<b>ГИА</b>	<b>Государственная итоговая аттестация</b>																<b>216</b>	
<b>ВСЕГО</b>			<b>3/32/18*</b>	<b>4212</b>	<b>358</b>	<b>3150</b>	<b>1754</b>	<b>1356</b>	<b>40</b>	<b>540</b>	<b>38</b>	<b>126</b>	<b>612</b>	<b>828</b>	<b>480</b>	<b>714</b>	<b>492</b>	<b>780</b>
<b>ВСЕГО по учебному плану</b>			<b>3/32/18*</b>	<b>4428</b>														
* - 3/ДЗ/Э					<b>Всего</b>	дисциплин и МДК						12	13	10	11	7	6	
						учебной практики									4	2		
						производств. практики											9	
						экзаменов							3	3	4	3	5	
						дифф. зачетов						3	8	3	7	2	9	
						зачетов								1	1	1		
курсовых проектов, индивидуальных проектов									1		1	1						

#### 4. Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений

№	Наименование
	<b>Кабинеты:</b>
1	Социально-гуманитарных дисциплин
2	Истории;
3	Русского языка и литературы;
4	Иностранного языка;
5	Безопасности жизнедеятельности;
6	Композиции, рисунка и живописи;
7	Маркетинговых коммуникаций.
	<b>Лаборатории:</b>
1.	Информатики;
2.	Информационных технологий;
3.	Цифровых коммуникационных технологий.
	<b>Мастерские:</b>
1.	Производства рекламного продукта
	<b>Спортивный комплекс:</b>
1.	спортивный зал
	<b>Помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы:</b>
1.	библиотека, читальный зал с выходом в интернет
2.	актовый зал

## **5 Пояснение к учебному плану**

### **5.1 Общие положения**

Настоящий учебный план разработан на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 N 552, зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 N 74908, с учетом примерной основной образовательной программы.

Учебный год начинается 1 сентября и заканчивается в соответствии с учебным планом. Образовательная деятельность осуществляется на русском языке. Учебный процесс организован следующим образом: учебный год делится на 2 семестра. На 1-2 курсах каникулы установлены 2 раза в год, общей продолжительностью 11 недель, в том числе 2 недели в зимний период. На последнем курсе обучения установлены каникулы продолжительностью 2 недели в зимний период.

Продолжительность учебной недели - шестидневная. Максимальный объем образовательной нагрузки обучающегося составляет 36 часов в неделю, включая все виды учебной деятельности по освоению ОП СПО. Продолжительность академического часа для всех видов занятий составляет 45 мин. Занятия проводятся парами по 2 академических часа, по окончании двухчасового занятия устанавливается перерыв не менее 10 минут. Учебный план предусматривает 3 курса обучения, так как реализуется на базе основного общего образования.

### **5.2 Структура учебного плана**

В состав учебного плана входят циклы: общеобразовательный, социально-гуманитарный, общепрофессиональный, профессиональный.

Освоение социально-гуманитарного цикла ОП СПО предусматривает изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» в объеме 74 часа.

Дисциплина «Физическая культура» направлена на формирование 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 устанавливается особый порядок освоения дисциплины «Физическая культура» с учетом состояния их здоровья.

Профессиональный цикл образовательной программы включает профессиональные модули, которые формируются в соответствии с основными видами деятельности, предусмотренными ФГОС СПО.

Выполнение курсового проекта рассматривается как вид учебной деятельности по профессиональному модулю и реализуется в пределах времени, отведенного на его освоение.

Курсовые проекты выполняются по междисциплинарным курсам: в 4 семестре – по МДК 02.02 «Разработка рекламных стратегий», в 6 семестре – по МДК 04.01 «Разработка и создание креативных решений в рекламе».

Учебным планом предусматривается проведение практики общей продолжительностью 15 недель. Практика включает в себя:

– учебную практику в объеме 6 недель, планируемую: УП.01 - 1 неделя в 4 семестре, УП.02 - 1 неделя в 5 семестре, УП.03 - 1 неделя в 5 семестре, УП.04 - 3 недели в 4 семестре;

– производственную практику в объеме 9 недель, планируемую: ПП.01 - 2 недели в 6 семестре, ПП.02 - 2 недели в 6 семестре, ПП.03 - 3 недели в 6 семестре, ПП.04 - 2 недели в 6 семестре.

Учебная и производственная практики проводятся при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей концентрированно в несколько периодов либо рассредоточено. Порядок проведения практики устанавливается календарным учебным графиком, утверждаемым на каждый учебный год.

### **5.3 Общеобразовательный цикл**

Общеобразовательный цикл реализуется в пределах образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама» и формируется в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего общего образования (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 17 мая 2012 г. N 413).

Учебным планом предусмотрено выполнение каждым обучающимся на первом году обучения индивидуального проекта. Тематика индивидуальных проектов определяется выпускающей цикловой комиссией.

### **5.4 Формирование вариативной части ОП СПО**

Вариативная часть ОП СПО в объеме 828 часов использована следующим образом:

– время в объеме 720 часов отведено на дисциплины (модули), в том числе дополнительно дисциплины:

- Основы предпринимательской деятельности;
- время в объеме 108 часов отведено на практики.

### **5.5 Формы оценки качества освоения ОП СПО**

Оценка качества освоения ОП СПО включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Текущий контроль успеваемости является частью учебного процесса, он тесно связан с изложением, закреплением, повторением и применением пройденного материала. Текущий контроль может быть индивидуальным и групповым.

При реализации ОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» рекомендуется использовать следующие методы текущего контроля:

- устный опрос (фронтальный, индивидуальный, комбинированный);
- письменные работы (диктанты, сочинения, ответы на вопросы, решение задач и примеров, составление тезисов, выполнение схем и чертежей, тестирование, рефераты и проч.);
- практические работы (деловые игры, практические и лабораторные занятия, выполнение курсовых проектов (работ) и проч.)

Конкретные формы проведения промежуточной аттестации по каждому учебному предмету, дисциплине (модулю), междисциплинарному курсу (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) определяются учебным планом. При освоении профессиональных модулей завершающей формой промежуточной аттестации является экзамен по профессиональному модулю. Все этапы учебной и производственной практики завершаются выставлением дифференцированного зачета.

Промежуточная аттестация в форме зачета, дифференцированного зачета проводится за счет часов, отведенных на освоение соответствующего учебного предмета, дисциплины (модуля), междисциплинарного курса и практики.

Экзамен по профессиональному модулю может проводиться как в период экзаменационной сессии, так и в конце установленного срока прохождения производственной практики.

Государственная итоговая аттестация по специальности включает в себя сдачу демонстрационного экзамена. Порядок проведения государственной итоговой аттестации определяется локальным нормативным актом Университета.

На проведение ГИА согласно учебному плану и в соответствии с календарным учебным графиком отводится 6 недель.

#### Лист согласований

Председатель цикловой комиссии  
экономических дисциплин и рекламы

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

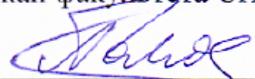
Лачугина М.М.  
\_\_\_\_\_  
(ФИО)

Председатель Методического Совета факультета СПО

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Шелешнева С.М.  
\_\_\_\_\_  
(ФИО)

Декан факультета СПО

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

Поляков С.Л.  
\_\_\_\_\_  
(ФИО)