

Министерство образования и науки Российской Федерации



Рекомендовано Ученым советом факультета
Протокол № 6 от 15.04.2016

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы подготовки специалистов среднего звена

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Воронежский государственный университет"
наименование образовательного учреждения (организации)

по специальности среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама
код *наименование специальности*

по программе базовой подготовки

уровень образования основное общее образование

квалификация: Специалист по рекламе

форма обучения Очная Срок получения СПО по ППССЗ: 3г 10м год начала подготовки по УП 2014

профиль получаемого профессионального образования гуманитарный
при реализации программы среднего общего образования

Приказ об утверждении ФГОС от 12.05.2014 № 510

Индекс	Наименование практики	Сем.	Неделя	Часов	Подгрупп	Руководство, час.			Форма аттестации	Норма на контроль, час.			ЦМК				
УП	Учебная практика																
УП.01.01	Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта (ПМ.01)	4	2	72		-	на студ.		*	на подгр.	Зач	*	на студ.		-	на подгр.	85
УП.02.01	Практические основы производства рекламной продукции (ПМ.02)	6	2	72		-	на студ.		*	на подгр.	Зач	*	на студ.		-	на подгр.	85
УП.03.01	Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта (ПМ.03)	8	2	72		-	на студ.		*	на подгр.	Зач	*	на студ.		-	на подгр.	85
УП.04.01	Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного продукта (ПМ.04)	8	2	72		-	на студ.		*	на подгр.	Зач	*	на студ.		-	на подгр.	85
УП.05.01	Введение в профессию Агент рекламный (ПМ.05)	8	2	72		-	на студ.		*	на подгр.	Зач	*	на студ.		-	на подгр.	85
ПП	Производственная практика (по профилю специальности)																
ПП.01.01	Разработка и создание дизайна рекламного продукта (ПМ.01)	4	3	108		-	на студ.		*	на подгр.	ДифЗач	*	на студ.		-	на подгр.	85
ПП.02.01	Производство рекламной продукции (ПМ.02)	6	3	108		-	на студ.		*	на подгр.	ДифЗач	*	на студ.		-	на подгр.	85
ПП.03.01	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (ПМ.03)	8	2	72		-	на студ.		*	на подгр.	ДифЗач	*	на студ.		-	на подгр.	85
ПП.04.01	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (ПМ.04)	8	3	108		-	на студ.		*	на подгр.	ДифЗач	*	на студ.		-	на подгр.	85
ПП.05.01	Выполнение работ по профессии Агент рекламный (ПМ.05)	8	2	72		-	на студ.		*	на подгр.	ДифЗач	*	на студ.		-	на подгр.	85
ПДП	Производственная практика (преддипломная)																
ПДП.1	Преддипломная практика	8	4	144		-	на студ.		*	на подгр.	ДифЗач	*	на студ.		-	на подгр.	85

Пояснения
1. Настоящий учебный план Федерального государственного бюджетного учреждения высшего образования "Воронежский Государственный университет" разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 "Реклама" среднего профессионального образования (далее - СПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014, зарегистрированного в Минюсте России 26.06.2014 № 32859.
2. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №9413 от 17.05.2012, зарегистрированного в Минюсте России 07.06.2012 №24480, реализуется на первом курсе. Промежуточная аттестация (2 недели) во втором семестре проводится в форме дифференцированных зачетов и экзаменов. Экзамены по русскому языку и математике - в письменной форме, по литературе - в устной.
3. Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки не превышает 36 часов в неделю. Максимальный объем учебной нагрузки студента не превышает 54 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной профессиональной образовательной программы.
4. Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки обучающихся при освоении основной профессиональной образовательной программы составляет 160 академических часов в год; в эту нагрузку не входит учебная и производственная практика в составе профессиональных модулей.
5. Продолжительность занятий - пара по 45 минут.
6. Интенсивность изучения дисциплины в неделю составляет не более 8 часов.
7. Устанавливается шестидневная учебная неделя.
8. Формы текущего контроля знаний - защита лабораторных работ, текущие самостоятельные и контрольные работы, рефераты, доклады.
9. Для дисциплин, изучаемых более одного семестра, предусмотрен контроль знаний по результатам каждого семестра в виде текущих аттестаций.
10. Промежуточная аттестация студентов проводится в форме экзаменов, дифференцированных зачетов, зачетов, контрольной работы, курсовой работы. Проведение дифференцированных зачетов, зачетов, контрольной работы, защиты курсовой работы осуществляется за счет времени, отведенного на дисциплину.
11. Объем времени, отведенный на вариативную часть циклов ОПОП использован: на увеличение объема времени, отведенных на дисциплины обязательной части и введение новых дисциплин (ОГСЭ.04 "История мировой культуры" - 48 часов, ОГСЭ.05 "Основы социологии и политологии" - 57 часов, ЕН.04 "Информационные технологии в профессиональной деятельности" - 64 часа, ОП.05 "Сервисная деятельность" - 76 часов, ОП.06 "Основы эстетики" - 48 часов, ОП.07 "Документационное обеспечение управления" - 38 часов, ОП.08 "Социология рекламной деятельности" - 38 часов, МДК.01.03 "Язык рекламы" - 48 часов, МДК.01.04 "Композиция, шрифтовая и художественная графика" - 64 часа, МДК.01.05 "Фотодизайн и техника фотографии" - 32 часа, МДК.02.05 "Мультимедийные технологии" - 64 часа, МДК.02.06 "Обработка текстовой информации" - 64 часа, МДК.03.03 "Рекламная деятельность" - 128 часов, МДК.03.04 "Реклама в СМИ" - 95 часов, МДК.04.02 "Реклама и СО в сфере применения" - 48 часов, МДК.05.02 "Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг" - 48 часов).
12. Выполнение курсовых работ (проектов) рассматривается как вид учебной работы по профессиональным модулям профессионального цикла и реализуется в пределах времени, отведенного на их изучение. Предусмотрены курсовые работы по дисциплинам: ОП.01 "Рисунок с основами перспективы" в 7-м семестре, МДК 01.01 "Художественное проектирование рекламного продукта" в 4-м семестре и МДК.02.04 "Техника и технологии рекламного видео" в 6-м семестре.
13. Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводятся в рамках профессиональных модулей концентрированно по семестрам. Учебная практика в объеме 2 недель предусмотрена в ПМ.01 " Практические основы разработки и создания дизайна" в 4-м семестре, в объеме 2 недель в ПМ.02 "Практические основы производства рекламного продукта" в 6-м семестре, в объеме 2 недель в ПМ.03 "Маркетинговые и правовые основы реализации рекламного продукта" в 8-м семестре, в объеме 2 недель по ПМ.04 "Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта" в 8-м семестре, в объеме 2 недель в ПМ.05 "Введение в профессию Агент рекламный" в 8-м семестре. Производственная практика (по профилю специальности) в объеме 13 недель реализуется по видам профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальностям: ПМ.01 "Разработка и создание дизайна рекламного продукта" - 3 недели (4 семестр); ПМ.02 "Производство рекламной продукции" - 3 недели (6 семестр); ПМ.03 "Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта" - 2 недели (8 семестр); ПМ.04 "Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта" - 3 недели (8 семестр); ПМ.05 "Выполнение работ по профессии Агент рекламный" - 2 недели (8 семестр).
14. Производственная практика (преддипломная) в объеме 4 недель проводится в 8 семестре.
15. Государственная (итоговая) аттестация студентов включает подготовку (4 недели) и защиту выпускной квалификационной работы (3 недели).