Министерство образования Свердловской области

ГАПОУ СО

«Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Утверждаю:
Зам. директора по УР
_____М.Г. Дмитриева
«__» _____2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 РЕКЛАМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ
42.02.01 РЕКЛАМА

УЧ 02-10-26

КЭ

Нижний Тагил
2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 42.02.01 Реклама

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж».

Разработчики: Цуркан Е.В., преподаватель ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж».

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: профессиональный цикл.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

–Разрабатывать концепции рекламы сети интернет;

–создавать собственную вирусную компанию;

–разрабатывать баннерную интернет рекламу;

–разрабатывать собственные интернет магазины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

–общие характеристики интернет технологий;

–правовые, эстетические и административные управленческие аспекты интернет рекламы;

–особенности рекламной коммуникации в интернете;

–вирусный маркетинг.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 92 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 64 часа;

- самостоятельной работы обучающегося 28 часов.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*92*
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	*64*
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	*30*
контрольные работы	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*28*
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
Домашняя работа	*28*
Итоговая аттестация в форме: Д/зачета	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Реклама в сети интернет»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ТЕМА 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИНТЕРНЕТ – ТЕХНОЛОГИЙ В РЕКЛАМЕ	**Содержание учебного материала** Сведения об Интернет-технологиях в рекламе. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. Реклама в Интернет. Основные понятия, используемые в Интернет- рекламе. Продвижение товаров и услуг в Интернете. Выбор подходов. Принципы и методы прогнозирования Интернет-рынка, процессы создания брэнда и управления им. Сегментация Интернет-брэндов и конкурентная борьба за брэндинговый имидж. Интернетный «Пи- Ар» и/ или интернетная реклама: разница в подходах и задачах.	**4**	1,2
	Практические занятия Составление таблицы «Подходы и задачи интернетного «Пи- Ар»	**1**	
	Самостоятельная работа обучающихся Интернет-компании, специализирующиеся на обработке маркетинговых исследований и мониторингах по продвижению рекламы, услуг, товаров в Интернет-магазинах	1	**3**

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Содержание учебного материала Методы сбора информации о потенциальной рекламной аудитории в Сети. Способы проведения исследований. Последовательность решения различных задач исследования. Практическое использование результатов исследования в рекламной деятельности. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием Интернет-технологий. Информационные ресурсы Интернет-рекламы. Отечественные и зарубежные Интернет-компании, специализирующиеся на продвижении рекламы товаров/ услуг («ПРОНТО-МОСКВА», World Online-Нидерланды, America Online и т.д.). Интернет-компании, специализирующиеся на обработке маркетинговых исследований и мониторингах по продвижению рекламы, услуг, товаров в Интернет-магазинах типа Amazon.com, Buy.com. Рискованная открытость рекламной информации.	**6**	1
	Практические занятия Отечественные и зарубежные Интернет-компании	**1**	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Законы «Об информации», «Об электронной подписи», «О рекламе»	2	1,3
ТЕМА 3. ПРАВОВЫЕ, ЭСТЕТИЧЕСКИЕ И АДМИНИСТРАТИВНО – УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНТЕРНЕТ – РЕКЛАМЫ	**Содержание учебного материала** Правовые нормы Интернета. Сетевая этика и частные коммерческие организации Интернет. Законы «Об информации», «Об электронной подписи», «О рекламе» и вопросы интеллектуальной собственности и защиты доменных имен. Информационные услуги в области рекламного законодательства, финансов, научной информации, доставки товаров, заказанных через электронные службы продаж и Интернет-каталоги. Методы сквозного управления потоками рекламы. Связь Интернет- услуг с отечественными и мировыми масс-медиа, рекламными и коммуникационными агентствами, корпорациями Всемирной торговой организации.	**4**	2,3
	Практические занятия Просмотр интернет каталогов различных типов	1	
	Самостоятельная работа обучающихся Таблица «Правовые нормы интернета»	1	1-3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ТЕМА 4. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ	**Содержание учебного материала** Реклама в сообщениях электронной почты и листах рассылки. Коммуникационные возможности, включающие электронную почту и просмотр Web-страниц. Телеконференции. Краткие сведения о Gopher, FTP, Telnet. Реклама в группах новостей и телеконференциях. Организация собственной телеконференции и ее использование в рекламных целях Информационные потоки и массивы рекламы. Создание новых типов и видов Интернет-продуктов и Интернет-услуг по продвижению рекламы. Появление в сети всемирной паутины Интернет-услуги по отслеживанию эффективности интернетной рекламы.	**4**	1
	Практические занятия Типы и виды интернет продуктов.	**2**	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Бюджет рекламы в интернете	2	1,3
ТЕМА 5. РЕКЛАМА В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	**Содержание учебного материала** Реклама в электронной коммерции. Электронные магазины – разработка рекламных концепций при их организации, реклама в сети в процессе их развития и функционирования. Продвижение при помощи регистрации в поисковых системах. Исследование различных видов рекламного воздействия на посетителей электронных магазинов и на принятие ими решения о покупке. Интернет-коммерция. Прямые продажи и Интернет-магазины. Платежные системы в Интернете. Обеспечение безопасности платежей в Интернете. Медиабайинг в Интернете. Новые рекламные технологии в Интернете. Бюджет рекламы в Интернете. Популяризация новых Интернет-брэндов и проведение масштабных рекламных кампаний.	**6**	1
	Практические занятия Классификация электронных магазинов	**1**	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Рассмотреть рекламные баннеры, баннерные сети	2	1,3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ТЕМА 6. БАНЕРНАЯ РЕКЛАМА В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ	**Содержание учебного материала** Категории, виды и типы рекламных сетей. Понятие рекламного баннера. Виды баннеров, выполняемые ими фунции. Категории баннерных сетей. Наборы сайтов, объединенных в единую систему размещения рекламных носителей (общие, тематические, региональные, специализированные). Современные формы баннерной рекламы. GIF-анимации, аудио и видеосредств. Стандартыбаннерной рекламы. Сетевые рекламные агентства и сети баннерного бмена. Администрация сайтов, администрация рекламной сети в глобальной Интернет-индустрии. Баннерные стандарты и «каталоги рекламных площадок ». Баннерные сети и сервисные системы. Байрики и Interstitials (вставки). Мини-сайты и коллажи. Баннер как носитель имиджевой рекламы. Тематические категории баннерной сети и корпоративных сайтов. Арендованное и/или купленное программное обеспечение. **Практические занятия** Разработка концепции баннерной рекламы. Выполнение эскизов. **Самостоятельная работа обучающихся** Посмотреть и проанализировать виды баннерной рекламы, разобрать концепции построения.	**6** **8** 4	
ТЕМА 7. СЕТЕВЫЕ РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА	**Содержание учебного материала** Лидеры баннерных сетей на российском рынке. Стратегия размещения рекламных баннеров. Использование для показа баннеров Web-сайтов и электронных торговых площадок. Показ баннеров на поисковых серверах. Стоимость показа баннеров в сети, основные схемы оплаты. Интернетные технологии будущего. **Практические занятия** Исследовательская работа «Интернет технологии будущего» **Самостоятельная работа обучающихся** Рассмотреть сайт promo.ru	**2** **4** **1**	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ТЕМА 8. WEB – СТРАНИЦА КАК ЗЕРКАЛО ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМЫ	**Содержание учебного материала** Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании. Использование обычных методов рекламы (off line) и методов рекламы в сети Интернет (on line). Web-сайт как «электронная витрина» компании Реализация возможностимиджевой рекламы компании. Использование возможностей Web-сайта для проведения пробных рекламных кампаний, изучения (тестирования) аудитории посетителей сайта. Сайт promo.ru и его место в системе порталов рекламных агентств. Проекты презентаций и рекламирование онлайновых сайтов. Слияния нескольких популярных сайтов и создание целевых порталов. PR-образование в Сети. **Практические занятия** Составление схемы «Возможности Web-сайт » **Самостоятельная работа обучающихся** Направления на рынке Интернет рекламы.	**4** **2** **2**	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ТЕМА 9. ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ: ОСНОВЫ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	**Содержание учебного материала** Новое направление на рынке Интернет рекламы - Вирусный маркетинг. Основные аспекты разработки вирусной кампании. Юридическая составляющая вопроса. Креативные штурмы как основа вирусного маркетинга. Проведение креативного штурма. Оценка стоимости вирусной кампании. Оценка эффективности кампании. Кейсы российских и западных компаний. Разработка собственной вирусной кампании несуществующего продукта или услуги. Оценка проведенной кампании. Ньюансы при проведении вирусной кампании. Основы работы с клиентами по вопросу проведения вирусняка. **Практические занятия** Разработка собственной вирусной кампании несуществующего продукта или услуги. **Самостоятельная работа обучающихся** Разработка собственной вирусной кампании несуществующего продукта или услуги.	**2** **6** 5	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ТЕМА 10. ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ, ЯНДЕКС-МАРКЕТ, ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНА	**Содержание учебного материала** Варианты интернет магазинов - что есть что! Стоимость разработки интернет магазина. Разработка РК Интернет магазина. Оценка рисков при проведении РК. Основы оптимизации интернет магазинов под поисковые системы. Основы работы с Яндекс-маркетом. Ценообразование и его регулирование. Интернет магазин как витрина реального магазина, или же отдельно новообразование компании. Стоимость раскрутки интернет магазина, на примере существующих. Основные ньюансы при разработке и раскрутки Интернет магазина. Примеры удачных и неудачных интернет магазинов. Практическая работа по созданию нового Интернет магазина (распределение ролей и ответственностей) **Практические занятия** Разработка концепции собственного интернет магазина. Выполнение эскизов **Самостоятельная работа обучающихся** Разработка концепции собственного интернет магазина. Выполнение эскизов	**2** **4** 8	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия кабинета информационных технологий.

Технические средства обучения:

–персональные компьютеры

–проектор

–экран

Оборудование учебного кабинета:

–персональные компьютеры

Методическое обеспечение дисциплины:

–технические средства контроля знаний (компьютерные тесты),

–электронные учебные пособия

–методические пособия

–программное обеспечение, необходимое для проведения практических работ

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Бокарев Т. Энциклопедия Интернет-рекламы. – М.: ПРОМО-РУ, 2020. – 416 с.

2. Шлыкова О.В. Интернет-ресурсы и услуги в социокультурной сфере: Учеб. пособие /МГУКИ. – М., 2020. – 103 с.

3. Шлыкова О.В. Культура мультимедиа: Учеб. пособ. – М.:Фаир-Пресс, 2019. – 416 с.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы [Текст] : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм ; рец.: М. И. Долженкова, Ф. В. Пеньков. - М. : Форум, 2014. - 128 с.

Дополнительная литература:

1. Абрамова И. О., Поликанов Д. В. Интернет и Африка: параллельные реальности. РАН, Ин-т Африки. – М., 2021. – 171 с.

2. Гейтс Б. Дорога в будущее / Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Русская редакция», ТОО «Channel Traiding Ltd», 2018. – 312 с.

3. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли / Пер. с англ. – М.: Эксмо-Пресс, 2017. – 477 с.

4. Гилстер Пол. Навигатор Internet. Путеводитель для человека с компьютером и модемом /Пер. с англ. - М.: Джон Уайли энд Сайз, 2017. - 735 с.

5. Завалишин Д., Завалишина Е., Колмановская Е. Интернетско- русский разговорник. – М.: ООО Прессверк, 2020. – 79 с.

6. Ичбиа Д., Кнеппер С. Билл Гейтс и сотворение Microsoft. – Ростов на Дону: Феникс, 2019. – 352 с. – (Исторические силуэты).

7. Капица С. П. Интернет изменит контуры права на интеллектуальную собственность // Эк8перт. – 2018. – № 28 (24 июля). – С. 2 – 3.

8. Миролюбов А. А., Подолянец Л. А., Гагарин А. П. Основы электронного бизнеса: Учебник для вузов. – СПб.: Иван Федоров, 2020. – 184 с.

9. Наумов В. Б. Право и Интернет: Очерки теории и практики / Под науч. ред. д.ю.н., проф. В. Б. Исакова. – М.: Кн. дом «Университет», 2020. – 432 с.

10. Петровский С. В. Интернет-услуги в правовом поле России. – М.: Агентство «Издательский сервис», 2017. – 272 с.

11. Чугунов А.В. Социология Интернета: Социально-политические ориентации российской Интернет-аудитории. – 2-е изд. – СПб.: Филол. фак-т СПбГУ, 2018. – 104 с.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

12. Марочкина, С. С. Введение в специальность. Реклама [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 239 с.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ»

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, решение ситуационных задач, тестирования, защиты докладов, сообщений, рефератов.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
1	2
Умения:	
применять на практике нормативные правовые акты при разрешении практических ситуаций	тестирование, оценка выполнения практических работ, решение ситуационных задач
составлять договоры, доверенности	оценка выполнения практической работы, тестирование
оказывать правовую помощь субъектам гражданских правоотношений	оценка выполнения практической работы, тестирование, решение ситуационных задач, защита докладов, сообщений, рефератов
анализировать и решать юридические проблемы в сфере гражданских правоотношений	оценка выполнения практической работы, тестирование, решение ситуационных задач, защита докладов, сообщений, рефератов
логически грамотно излагать и обосновывать свою точку зрения по гражданско-правовой тематике	оценка выполнения практической работы, тестирование, решение ситуационных задач, защита докладов, сообщений, рефератов
Знания:	
понятие и основные источники гражданского права	тестирование, защита докладов, сообщений, рефератов
понятие и особенности гражданско-правовых отношений	тестирование, защита докладов, сообщений, рефератов
субъекты и объекты гражданского права	оценка выполнения практической работы, тестирование, решение ситуационных задач, защита докладов, сообщений, рефератов
содержание гражданских прав, порядок их реализации и защиты	оценка выполнения практической работы, тестирование, защита докладов, сообщений, рефератов
понятие, виды и условия действительности сделок	оценка выполнения практической работы, решение ситуационных задач, тестирование
основные категории института представительства	оценка выполнения практической работы, тестирование,
понятие и правила исчисления сроков, в т.ч. срока исковой давности	оценка выполнения практической работы, решение ситуационных задач, тестирование,
юридическое понятие собственности; формы и виды собственности; основания возникновения и прекращения права собственности	оценка выполнения практической работы, решение ситуационных задач, тестирование, защита докладов, сообщений, рефератов
договорные и внедоговорные обязательства	оценка выполнения практической работы, решение ситуационных задач, тестирование,
основные вопросы наследственного	оценка выполнения практической работы,

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

права	решение ситуационных задач, тестирование, защита докладов, сообщений, рефератов
гражданско-правовая ответственность	оценка выполнения практической работы, решение ситуационных задач, тестирование, защита докладов, сообщений, рефератов

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.

ГАПОУ СО «Нижнетагильский
торгово-экономический
колледж»

Лист подписей

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»
SHA-256 исходного документа: ea2d941d82855fe18bbba266ab8fefb5de33081e38f45ae1049f4d5273f49a5b
Документ: 18 страниц
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/OD1FOqahULKaqN5q4VGYlaE79Y5USmEa55XF3WPXy69ITWoK
Печатная форма сформирована: 28.10.2026 14:31

№	Роль в подписи	Подписант	Сертификат	Дата и время подписания	Результат проверки
1	Утверждаю	Дмитриева Марина Георгиевна Заместитель директора по учебной работе	№ 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027	28.10.2026 14:29:29	**подпись действительна** роль и должность подтверждены подписью

Печатная форма не подписывается и служит для удобства чтения. Юридическую силу имеют исходный PDF-документ и файлы электронных подписей (.sig). Подпись — усиленная неквалифицированная электронная подпись (ч. 3 ст. 5 Федерального закона № 63-ФЗ), выданная удостоверяющим центром колледжа.
Время указано по часовому поясу колледжа (Asia/Yekaterinburg, UTC+5).