**Министерство образования Свердловской области**

ГАПОУ СО

«Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

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

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

# ОП.08 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

## 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 (специальностям) среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама

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

Разработчики:

Демьяненко С.А., педагог-психолог 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


| | |
|---|---|
| **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 4 |
| **2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 5 |
| **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 9 |
| **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 10 |




**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 ОП.08 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

**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:** общепрофессиональный цикл.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:
- применять полученные знания в практике рекламной деятельности,
- оценить рекламную услугу с точки зрения эффективности психологического воздействия,
- уметь проводить исследование рынка рекламных услуг и существенных характеристик потребителя товаров.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:
- основные теоретические понятия курса,
- основные закономерности психологического восприятия и воздействия рекламы на потребителя,
- психологическое содержание средств и техник воздействия рекламы.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**
максимальной учебной нагрузки обучающегося 115 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 80 часов;
самостоятельной работы обучающегося 35 часов.

1.5. **Результаты освоения учебной дисциплины «Психология реклама»**

В ходе освоения учебной дисциплины «Психология рекламы» обучающийся должен развить общие компетенции, включающие в себя способности:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.



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

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

ОК 12. Проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.

ОК 13. Владеть современными информационными и телекоммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности.



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 ОП.08 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | *Объем часов* |
|---|---|
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | **115** |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | **80** |
| в том числе: | |
| лабораторные занятия | |
| практические занятия | |
| контрольные работы | |
| курсовая работа (проект) *не предусмотрено* | |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | **35** |
| в том числе: | |
| самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) *не предусмотрено* | |
| подготовка научно-исследовательских проектов | |
| домашняя работа | |
| *Итоговая аттестация в форме* ***дифференцированного 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 «Психология рекламы»

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся | Объем часов | Уровень освоения |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Раздел 1. Общетеоретические проблемы психологии рекламы** | | | |
| **Тема 1. Реклама: понятие и функции, цели и виды.** | | | |
| **Тема 1.1.** Понятие рекламы. Цели и функции рекламы. Задачи рекламы. | **Содержание учебного материала**<br>Понятие рекламы. Цели и функции рекламы. Задачи рекламы. | 2 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составление опорного конспекта по теме 1.1 | 1 | 3 |
| **Тема 1.2.** Виды рекламы. | **Содержание учебного материала**<br>Виды рекламы: по способу воздействия на покупателя, по способу выражения, с точки зрения основных целей и задач, с точки зрения обратной связи с потребителем рекламы. | 2 | 2 |
| | ***Практическое занятие***<br>Проанализировать представленные рекламные материалы по способу воздействия на покупателя, по способу выражения, с точки зрения основных целей и задач, с точки зрения обратной связи с потребителем рекламы | 2 | 3 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Заполнить таблицу «Классификация рекламы с точки зрения основных целей и задач» | 2 | 2 |
| **Тема 1.3.** Психотехнология рекламной стратегии | **Содержание учебного материала**<br>Психотехнология рекламной стратегии: этапы разработки рекламного проекта, алгоритм работы рекламной кампании. | 4 | 3 |
| | ***Практическое занятие***<br>Составить «Операциональный алгоритм психотехнологии рекламной стратегии» по плану. | 2 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Изучить рекламную кампанию (пример). Описать элементы рекламной стратегии в соответствии с психотехнологией. | 2 | 3 |
| **Тема 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов.** | | | |
| Тема 2.1 Когнитивные аспекты рекламного воз- | **Содержание учебного материала**<br>Когнитивные аспекты рекламного воздействия. Ощущения в рекламе, восприятие рекламы, рекламный образ, внимание в рекламе, память в рекламе, мышление в рекламе. | 4 | 2 |



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

| | | | |
|---|---|---|---|
| действия | ***Практическое занятие***<br>Разработать способы стимулирования запоминания рекламы. | 2 | 3 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составить опорный конспект по теме 2.1 | 2 | 2 |
| Тема 2.2<br>Эмоциональный аспект рекламного воздействия | **Содержание учебного материала**<br>Эмоциональный компонент в рекламе. Положительные и отрицательные эмоции.<br>Юмор в рекламе. | 2 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Подобрать примеры рекламных материалов с использованием отрицательных и положительных эмоций, с использованием юмора. | 2 | 2 |
| Тема 2.3<br>Поведенческий компонент рекламного воздействия | **Содержание учебного материала**<br>Поведенческий компонент рекламного воздействия. Психоаналитический подход к покупательскому поведению. | 4 | 2 |
| | ***Практическое занятие***<br>Составить «Алгоритм принятия решения о покупке» с учетом воздействия внутренней и внешней среды покупателя. | 2 | 3 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составить опорный конспект по теме 2.3 | 2 | 2 |
| Тема 2.4<br>Психология творчества в рекламе. | **Содержание учебного материала**<br>Психология творчества в рекламе. Стадии творческого процесса (по Ф. Армстронгу). Сочетание творчества и уникального торгового предложения. | 2 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Создать пример рекламного продукта. | 2 | 3 |
| **Тема 3.<br>Психология мотивации в рекламе** | | | |
| Тема 3.1<br>Установки и стереотипы в рекламной практике. | **Содержание учебного материала**<br>Установки и стереотипы в рекламной практике. Установка, доминанта, стереотип. Стереотип восприятия, мышления, поведения. Отрицательный, положительный и нейтральный стереотип. | 2 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составить опорный конспект по теме 3.1 | 2 | 2 |
| Тема 3.2<br>Структура потребностей и мотивы. | **Содержание учебного материала**<br>Структура потребностей и мотивы с позиций рекламного дела. Иерархия потребностей, объективная потребность, осознанная потребность. | 2 | 2 |
| Тема 3.3<br>Анализ мотивов. | **Содержание учебного материала**<br>Анализ мотивов и его использование в рекламе. | 2 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Заполнить таблицу «Стратегия и тактика рекламного обеспечения продаж в соответствии с покупательскими потребностями» | 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»

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Раздел 2. Прикладные вопросы психотехнологии рекламных средств (психологический аспект)** | | | |
| Тема 4. Психотехнология средств без обратной связи. | **Содержание учебного материала**<br>Реклама в газете. Рекламы в журнале. Реклама по радио. Реклама по телевидению. Наружная реклама. Транзитная реклама. | 2 | 1 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Подобрать примеры рекламы без обратной связи. | 2 | 2 |
| Тема 5. Психотехнологии рекламного текста без обратной связи. | **Содержание учебного материала**<br>Психографика рекламного текста. Психотехнология иллюстрации в рекламе. Психология слогана и заголовка рекламного текста.<br>Психолингвистика рекламного текста. Обобщенные рекомендации по составлению рекламных текстов. | 4 | 2 |
| | ***Практическое занятие***<br>Составить рекламный текст. | 2 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составить опорный конспект «Рекомендации по составлению рекламных текстов» | 2 | |
| Тема 6. Психотехнология рекламных средств с обратной связью. | **Содержание учебного материала**<br>Прямая почтовая рассылка. Представление товара или услуги в прямом контакте. Реклама по телефону. Реклама непосредственно на месте продаж. | 2 | 3 |
| Тема 7. Психология корпоративной символики | **Содержание учебного материала**<br>Торговая марка, товарный знак, символ. Образ знака и символа | 4 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составить презентацию «История торговой марки (товарного знака, символа) на примере…» | 2 | 3 |
| Тема 8. Реклама как средство психологического воздействия | **Содержание учебного материала**<br>Гипноз. Внушение. Подражание. Заражение. Убеждение. Механизм «ореола». Идентификация. Технология «25-го кадра». | 4 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составить опорный конспект «Основные психологические методы воздействия» | 2 | 2 |
| Тема 9. Суггестивные психотехнологии в рекламе. | **Содержание учебного материала**<br>Психоаналитически ориентированные подходы. Гипнотический подход. Техники эриксоновского гипноза в рекламе. Нейролингвистического программирования подход (NLP). | 4 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составить таблицу «Техники наведения трансового состояния, используемые в рекламном деле» | 2 | 2 |
| Тема 10. Психология отношения к рекламе. | **Содержание учебного материала**<br>Отношение к рекламе, доверие к рекламе. Нечестная реклама.<br>Техники завоевания доверия. | 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»

| | | | |
|---|---|---|---|
| | ***Практическое занятие***<br>Проанализировать примеры рекламной продукции с точки зрения использования специальных приемов по формированию доверия к рекламному сообщению. | 2 | 2 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Провести опрос среди студентов колледжа на тему «Доверяют ли студенты рекламе, совершают ли покупки под ее влиянием, и какого мнения в целом придерживаются о характере рекламы в России». | 2 | 3 |
| **Раздел 3. Проблемы психологической эффективности рекламы** | | | |
| Тема 11. Психотехнология эффективности презентаций | **Содержание учебного материала**<br>Организационно-психологические аспекты планирования и постановки презентации. Психотехнология устного выступления на презентации. Психология визуальных вспомогательных средств. Эффективные презентации: учет психологии аудитории. | 4 | 2 |
| | ***Практическое занятие***<br>Составить презентацию «Визуальные вспомогательные средства» | 2 | 3 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Разработать рекомендации по созданию эффективной презентации. | 2 | 3 |
| Тема 12. Психологическая эффективность рекламы. | **Содержание учебного материала**<br>Проблемы эффективности рекламы. Методики расчета эффективности рекламы. | 4 | 2 |
| | ***Практическое занятие***<br>Произвести оценку психологической эффективности рекламного продукта по шестиранговой методике методом опроса. | 2 | 3 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Проанализировать представленный рекламный материал по пятиранговой шкале психологической эффективности рекламы. | 2 | 3 |
| Тема 13. Метод фокус-групп в исследовании потребительских интересов в рекламе. | **Содержание учебного материала**<br>Основные характеристики метода фокус-групп. Процедура фокус групп. Психологические особенности работы ведущего фокус-группы. Проблемы эффективности фокус-групп. | 4 | 2 |
| | ***Практическое занятие***<br>Проведение фокус-группы. | 2 | 3 |
| | ***Самостоятельная работа***<br>Составить опорный конспект по теме 13. | 2 | 2 |
| **Итоговый контроль знаний** | ***Дифференцированный зачет по курсу*** | **2** | |
| | **Всего:** | **115** | |

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 ОП.08 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины «Психология рекламы» требует наличия учебного кабинета.
Оборудование учебного кабинета:
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических материалов «Психология рекламы».
Технические средства обучения:
- экран и мультимедиапроектор.

### 3.2. Информационное обеспечение обучения
### Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

**Основные источники:**


1. Гуревич П.С. Психология рекламы: историко-аналитическое и философское содержание: учебное пособие. Ростов-на-Дону, 2019.
2. Ильин, А.С. Реклама в коммуникационном процессе. : курс лекций / Ильин А.С. — Москва : КноРус, 2017. — 141 с.
3. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. СПб., 2017.
4. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR. М., 2018.
5. Ценев В. Психология рекламы. М.,2019.


**Дополнительные источники:**


1. Бордовская, Н.В. Психология делового общения. : учебник / Бордовская Н.В. и др. — Москва : КноРус, 2019. — 291 с.
2. Валовая М.Д. 13 бесед о рекламе. М., 2018.
3. Зирка В.В. манипулятивные игры в рекламе. Лингвистический аспект. Изд. 2-е, испр. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2019
4. Кузнецова И.В. Психология рекламы. М., 2018
5. Лебедев-Любимов, А.Н. Психология рекламы: учебник. – Санкт-Петербург: Питер, 2012. – 297 с.
6. Лихобабин М.Ю. Технологии манипулирования в рекламе. (Способы зомбирования). Ростов-на-Дону, 2018.
7. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. М.-Новосибирск, 2018
8. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы. М., 2019.
9. Песоцкий Е. Реклама и мотивация потребителей. М., 2019.
10. Психология в рекламе. Под ред. П.К. Власова. М.,2018.
11. Психология дизайна и рекламы. М., 2017




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

12. Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ рекламы. Самара, 2018.
13. Рюмшина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе. М., 2018
14. Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. Самара, 2017
15. Серегина Т.К., Титкова Л.М. Реклама в бизнесе. Информационно-внедренческий центр «Маркетинг». М., 2018.
16. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Серегина Т.К., Шахурин В.Г. Основы рекламы. М., 2017.
17. Фельсер Георг. Психология потребителей и рекламы. М., 2019.
18. Феофанов О.А. Психология рекламы // Он же. Реклама: новые технологии в России. СПб., 2018.
19. Ценев В. Психология рекламы (реклама, НЛП и 25-й кадр). М.,2017.
20. Шуванов В.И. Психология рекламы. М., 2019.



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 ОП.08 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения тестирования, письменного и устного опроса, практических работ, выполнения обучающимися индивидуальных заданий, а также выполнения и защиты исследовательского проекта.

| **Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)** | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения** |
|---|---|
| **Умения:** | |
| - применять полученные знания в практике рекламной деятельности,<br>- оценить рекламную услугу с точки зрения эффективности психологического воздействия,<br>- проводить исследование рынка рекламных услуг и существенных характеристик потребителя товаров. | Текущий контроль: письменный опрос, устный опрос, практическая работа, выполнение индивидуальных заданий.<br>Итоговый контроль: дифференцированный зачет (выполнение контрольной работы). |
| **Знания:** | |
| основные теоретические понятия курса, | Текущий контроль: письменный опрос, тестирование, практическая работа |
| основные закономерности психологического восприятия и воздействия рекламы на потребителя, | Текущий контроль: письменный опрос, тестирование, практическая работа. |
| психологическое содержание средств и техник воздействия рекламы. | Текущий контроль: письменный опрос. тестирование, практическая работа |



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: b35d34a6a4383e211e9c9955e7aee2789cbce858ccc6f39c090fba3f7c3ef492
Документ: 13 страниц
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/vloflvpGDf9PJzn1Q62jcAopAKGrqcPv62frsJQGXpgNIAxH
Печатная форма сформирована: 28.10.2026 14:31

| № | Роль в подписи | Подписант | Сертификат | Дата и время подписания | Результат проверки |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Утверждаю | Дмитриева Марина Георгиевна<br>Заместитель директора по учебной работе | № 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027 | 28.10.2026 14:29:29 | **подпись действительна**<br>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).