

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета
Отделение природопользования, сервиса и туризма

СОГЛАСОВАНО

Председатель ГЭК
Директор ООО «Медиагруппа
«ФМ-Продакшн»

«24»

М.П. Соклаков
2023 г.



УТВЕРЖДЕНО

Директор Колледжа АлтГУ

Р.Ю. Ракитин
2023 г.



**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
по специальности
42.02.01 Реклама**

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Государственная итоговая аттестация проводится с целью выявления соответствия уровня и качества подготовки выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования третьего поколения в части государственных требований к минимуму содержания по специальности 42.02.01 Реклама.

Программа включает в себя описание вида государственной итоговой аттестации, объем времени на подготовку и проведение, сроки проведения, подготовку к защите ВКР, процедуры проведения защиты ВКР, критерии оценки и рекомендуемую тематику выпускных квалификационных работ.

К прохождению государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) допускаются студенты, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

2. ФОРМА И ВИД ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Формой государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама является защита выпускной квалификационной работы (ВКР).

Выпускная квалификационная работа выполняется в виде дипломной работы.

Тематика выпускной квалификационной работы должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей в соответствии с ФГОС СПО.

3. ОБЪЕМ ВРЕМЕНИ НА ПОДГОТОВКУ И ПРОВЕДЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Подготовка к государственной итоговой аттестации определяется этапами выполнения форм и видов ГИА. На подготовку к государственной итоговой аттестации отводится 4 недели.

Для проведения ГИА отводится 2 недели.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ППССЗ

Выпускник должен обладать следующими общими компетенциями:

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

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

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

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

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены 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.

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

5. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ (ДИПЛОМНОЙ РАБОТЕ)

5.1. Примерная тематика дипломных работ

1. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой разработки фирменного стиля.
2. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой проведения ребрендинга ранее разработанного фирменного стиля.
3. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой бизнес-плана и экономических расчетов затрат на проведение планируемых рекламных мероприятий.
4. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой проведения маркетинговых исследований.
5. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой мероприятий по сбору рекламной информации и её анализу.
6. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой написания сценария и проведения рекламной фото-сессии.
7. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой написания сценария и съемки рекламного видеоролика.
8. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой разработки и изготовления рекламного WEB-сайта.
9. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой разработки комплекта рекламных материалов (рекламного проспекта).
10. Дизайн-проектирование сценографии (спектаклей, постановок и др.).
11. Дизайн-проектирование декоративного оформления помещений или мероприятий.
12. Дизайн-сопровождение крупных акций и мероприятий (спортивные мероприятия, выставки, конференции, маркетинговые компании и др.).
13. Дизайн-проектирование бытовой графики (календари, каталоги, буклеты и др.).
14. Дизайн-проектирование деловой графики.
15. Разработка фирменного стиля предприятия.
16. Создание концепции рекламы и разработка баннерной рекламы.
17. Рестайлинг фирменного стиля.
18. Наружная реклама: макетирование, технологии, правовая база.
19. Разработка собственной торговой марки розничного торгового предприятия и ее продвижение.
20. Реклама в СМИ и ее роль в продвижении товара (на конкретном примере).
21. Использование уникального торгового предложения (УТП) в создании рекламной продукции.
22. Графический дизайн упаковки как средство коммуникативного воздействия на потребителя.
23. Радиореклама, ее разработка и эффективность.
24. Выставки и ярмарки в арсенале рекламиста.
25. Фирменный стиль предприятия в продвижении его товаров.
26. Организация работы рекламного агентства на рынке рекламных услуг.

5.2. Руководство дипломной работой

Общее руководство дипломной работой осуществляется отделением природопользования, сервиса и туризма Колледжа АлтГУ. Руководитель дипломной работы оказывает помощь студенту в разработке плана, определяет задание по этапам, осуществляет постоянный контроль за ходом выполнения исследования, проводит необходимое научное консультирование, корректирует работу студента по подбору необходимой литературы.

По завершении работы руководитель представляет письменный отзыв, в котором делает заключение о готовности студента к защите дипломной работы на заседании ГЭК.

5.3. Выполнение дипломной работы

Основная цель дипломной работы заключается в том, что при её выполнении должны быть раскрыты способности выпускника применять полученные в ходе обучения теоретические и практические знания при решении конкретных задач. Практическая значимость дипломной работы определяется тем, в какой мере содержащиеся в ней предложения и рекомендации способствуют улучшению деятельности предприятия, могут быть применены и положительно оценены его руководством.

Для достижения основной цели при написании дипломной работы должны быть конкретизированы следующие задачи:

- систематизация (закрепление и расширение полученных теоретических знаний и практических навыков);
- овладение методикой научного исследования при решении проблемных вопросов данной темы;
- самостоятельное проведение аналитических исследований на производстве;
- выявление на основе проведенного анализа имеющихся резервов, обобщение результатов, разработка конкретных предложений и рекомендаций.

Студентам предоставляется право выбора темы дипломной работы.

Подготовке дипломной работы может предшествовать написание курсовой работы, разработка темы и материалы которой могут быть начальным этапом написания дипломной работы.

В случае необходимости может проводиться предварительная защита дипломной работы. На предварительной защите студент кратко представляет работу и отвечает на вопросы преподавателей отделения. Процедуру предзащиты рекомендуется проводить с заслушиванием отзыва руководителя и представлением текста дипломной работы с использованием мультимедийной презентации.

Важным условием подготовки к защите дипломной работы является качественная работа на всех этапах от выбора темы до защиты выполненной работы.

После проверки руководитель ставит свою подпись на титульном листе и вместе с отзывом представляет дипломную работу на отделение природопользования, сервиса и туризма не позднее, чем за 14 дней до защиты в одном экземпляре в электронном виде. В отзыве руководитель указывает степень соответствия содержания работы заявленной теме, а также требованиям, предъявляемым к написанию дипломной работы, степень выполнения задач исследования, дает характеристику самостоятельности проведенного исследования, отмечает положительные стороны и недостатки работы.

Рецензентами могут выступать специалисты из числа работников образовательных организаций, предприятий, хорошо владеющие вопросами, связанными с тематикой работы. Рецензент оценивает актуальность тематики работы, степень соответствия содержания работы

теме исследования, обоснованность и доказательность выводов работы и т.п. Содержание рецензии доводится до выпускника не позднее, чем за 2 дня до защиты дипломной работы.

Защита дипломных работ проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава. На защиту отводится до 30 минут. Процедура защиты устанавливается председателем ГЭК по согласованию с членами комиссии и, как правило, включает доклад студента (не более 10 минут), чтение отзыва и рецензии, вопросы членов комиссии, ответы студента. Может быть предусмотрено выступление руководителя дипломной работы, а также рецензента, если он присутствует на заседании ГЭК. В случае его отсутствия рецензия зачитывается секретарем ГЭК.

На защите могут присутствовать руководители дипломных работ, рецензенты, работодатели. Все присутствующие могут задавать вопросы по содержанию работы.

5.4. Этапы дипломной работы

Процесс подготовки, выполнения и защиты дипломной работы состоит из следующих этапов:

- выбор темы и согласование её с руководителем дипломной работы;
- составление плана дипломной работы;
- подбор нормативно-правовых документов и литературы;
- сбор и обработка фактической информации по теме дипломной работы;
- написание работы;
- получение отзыва от руководителя на дипломную работу;
- получение рецензии на дипломную работу;
- подготовка доклада и презентации для защиты;
- защита работы.

Выпускная квалификационная работа должна отвечать требованиям логичного и четкого изложения материала, доказательности и достоверности фактов, отражать умение студента пользоваться рациональными приемами поиска, отбора, обработки и систематизации информации, способности работать с нормативно-правовыми актами.

5.5. Структура, содержание и оформление ВКР

ВКР должна содержать: титульный лист; содержание; введение; основную часть; заключение; список использованных источников; приложение(-я).

ВКР должна иметь логично выстроенную структуру, которая в систематизированной форме концентрированно отражает текстуально изложенное содержание проведенного исследования, его результаты и практические рекомендации.

Титульный лист является первой страницей дипломной работы и оформляется по установленной форме.

Содержание – вторая страница выпускной квалификационной работы. В элементе «СОДЕРЖАНИЕ» приводят наименования структурных элементов работы, порядковые номера и заголовки разделов, подразделов основной части работы. При наличии в работе нескольких приложений в СОДЕРЖАНИЕ включается указание только на расположение первого – ПРИЛОЖЕНИЕ А. После заголовка каждого элемента ставят отточие и приводят номер страницы работы, на которой начинается данный структурный элемент.

Во введении обосновывается актуальность исследуемой в выпускной квалификационной работе проблемы, дается краткий анализ изученности проблемы, на основании которой определяется объект, предмет исследования, цель и задачи, перечисляются методы, с помощью которых оно проводилось, определяется значимость работы, обозначается структура работы.

Актуальность темы дипломной работы определяется значимостью выбранной проблемы на современном этапе развития науки. Актуальность базируется на результатах анализа степени изученности проблемы в отечественной и зарубежной литературе.

Анализ изученности проблемы заключается в перечислении основных точек зрения, подходов и методологических основ исследований различных авторов, изучавших данную проблему.

Объект исследования – явление (процесс), которое создает изучаемую проблемную ситуацию и существует независимо от исследователя. Это то, на что направлено данное исследование.

Предмет – это наиболее значимая часть (сторона) объекта, на которую направлено основное внимание исследователя. Предмет исследования обычно содержит центральный вопрос проблемы. Им могут быть наиболее значимые с теоретической, методологической, практической точки зрения свойства, стороны, особенности объекта, которые подлежат непосредственному изучению.

Цель выпускной квалификационной работы – образ желаемого результата исследования, отражающий главный итог выполняемой исследовательской и практической деятельности. Цель ориентирует студента на конечный результат работы и может содержать определенную новизну.

Задачи дипломной работы формулируют вопросы, на которые должен быть получен ответ для реализации цели исследования. Они конкретизируют цель исследования, раскрывая пошаговый алгоритм достижения поставленной цели, в них отражаются не только общие этапы работы, но и значение полученных промежуточных выводов для понимания общей проблемы исследования. Формулировки задач необходимо делать как можно точнее, т.к. они тесным образом связаны с формулировкой разделов (глав) и подразделов (параграфов). Рекомендуется формулировать не более 3 – 5 задач.

Значимость дипломной работы определяется тем, в какой мере содержащиеся в ней предложения и рекомендации способствуют улучшению деятельности предприятия, могут быть применены и положительно оценены его руководством.

Основная часть состоит из двух разделов, число и содержание которых определяется целью и задачами дипломной работы. Должно быть соблюдено четкое деление глав на теоретическую (теоретические основы разрабатываемой темы) и практическую/исследовательскую (описание решения конкретной профессиональной задачи, анализ, описание результатов исследования, проведенного студентом). Главы разделяются на параграфы (не менее двух) по 5-6 страниц каждый, которые в совокупности раскрывают содержание глав и всей работы.

В первой главе содержится понятие раскрываемого вопроса, содержание избранной темы. В ней студент представляет понимание проблемных вопросов различными авторами, подробно раскрывая и аргументируя свою позицию. В конце главы студент делает свой вывод о том, как им понимается данный вопрос или почему он разделяет мнение того или иного автора и не согласен с другими.

Вторая глава должна иметь полностью практико-исследовательскую направленность. Ее название может быть близко, но не тождественно формулировке темы. Это описание данных анализа с необходимыми итоговыми (обобщающими) таблицами, графиками и диаграммами, а также интерпретация этих данных. Процесс интерпретации – это наполнение смыслами числовых данных, с точки зрения теории, в контексте поставленной цели исследования.

Содержание третьей главы (аналитической) может быть направлено на анализ исследуемой темы, анализ деятельности предприятия.

Заканчивается глава выводом (собственным мнением студента) по исследуемой проблеме.

Между главами и параграфами должна быть органичная внутренняя связь, логическая

последовательность. Каждый параграф завершается обобщающим резюме, глава – выводом по ее содержанию, вся работа – выводами (теоретическими и практическим по всей работе), которые соотносятся с задачами и целью, символизируя, что задачи решены, цель достигнута.

Заключение. Написанию этого раздела придается особое значение, так как в нем представляются итоговые результаты проведенной работы. Выводы должны содержать результаты анализа данных по теоретической и практической части дипломной работы. В «Заключении» рекомендуется представить 5-6 выводов общей и конкретной формы, содержащие главные достижения автора дипломной работы.

Список использованных источников. Включает нормативные акты, источники, монографии, статьи, другие материалы, использованные в работе (помещенные в ссылках). Список содержит не менее 25 наименований. При написании работы рекомендуется использовать актуальные источники со сроком издания не более пяти лет.

Выполненные выпускные квалификационные работы рецензируются специалистами из числа работников образовательных организаций, предприятий, владеющих вопросами, связанными с тематикой выпускных квалификационных работ, но не являющимися руководителями или консультантами по отдельным вопросам.

Рецензия должна включать:

- оценку качества выполнения каждого раздела выпускной квалификационной работы;
- оценку степени разработки новых вопросов, оригинальности решений (предложений), теоретической и практической значимости работы;
- оценку выпускной квалификационной работы.

Содержание рецензии доводится до сведения обучающегося не позднее, чем за 2 дня до защиты ВКР. Внесение изменений в выпускную квалификационную работу после получения рецензии не допускается.

Формат предоставления и хранения пакета документов по защите ВКР формируется исключительно в электронном формате в строгом соответствии п. 2.5 РЕГЛАМЕНТА подготовки к защите выпускной квалификационной работы и проведения процедуры защиты выпускной квалификационной работы в дистанционном формате (ПРИЛОЖЕНИЕ 2 к Распоряжению первого проректора по УР № 184 от 07.04.2022).

5.6. Подготовка доклада

Процедура защиты дипломной работы включает доклад студента по теме дипломной работы, на который отводится до 10 минут.

При разработке доклада целесообразно соблюдение структурного и методологического единства материалов доклада и иллюстраций к докладу. Тезисы доклада к защите должны содержать обязательное обращение к членам ГЭК, представление темы дипломной работы, обоснование актуальности выбранной темы, основную цель исследования и перечень необходимых для ее решения задач. В докладе должны найти обязательное отражение результаты проведенного анализа.

Текст доклада должен быть максимально приближен к тексту дипломной работы, поэтому основу выступления составляют Введение и Заключение. В докладе должны быть использованы только те графики, диаграммы и схемы, которые приведены в дипломной работе. Использование при выступлении данных, не имеющих в дипломной работе, недопустимо. Студент должен излагать основное содержание дипломной работы свободно, отрываясь от письменного текста.

5.6. Подготовка доклада

Процедура защиты дипломной работы включает доклад студента по теме дипломной

работы, на который отводится до 10 минут.

При разработке доклада целесообразно соблюдение структурного и методологического единства материалов доклада и иллюстраций к докладу. Тезисы доклада к защите должны содержать обязательное обращение к членам ГЭК, представление темы дипломной работы, обоснование актуальности выбранной темы, основную цель исследования и перечень необходимых для ее решения задач. В докладе должны найти обязательное отражение результаты проведенного анализа.

Текст доклада должен быть максимально приближен к тексту дипломной работы, поэтому основу выступления составляют Введение и Заключение. В докладе должны быть использованы только те графики, диаграммы и схемы, которые приведены в дипломной работе. Использование при выступлении данных, не имеющих в дипломной работе, недопустимо. Студент должен излагать основное содержание дипломной работы свободно, отрываясь от письменного текста.

5.7. Рекомендации по составлению компьютерной презентации (КП) дипломной работы

Для презентации 10-минутного доклада разрабатывается не более 13-15 слайдов. В это число входят три обязательных текстовых слайда:

- титульный слайд с названием темы, фамилией автора и руководителя дипломной работы;
- слайд с указанием цели и задач исследования, объект и предмет исследования;
- слайд по итоговым выводам дипломной работы.

Остальные слайды должны схематично раскрывать содержание дипломной работы, включать минимальный объем поясняющего текста и в наглядной форме представлять основные положения работы. В презентации должны быть не только текстовые слайды, но и слайды, содержащие схемы, таблицы и т.п.

Состав и содержание слайдов презентации должны демонстрировать глубину проработки и понимания выбранной темы дипломной работы, а также навыки владения современными информационными технологиями.

Основными принципами при составлении подобной презентации являются лаконичность, ясность, уместность, сдержанность, наглядность.

5.8 Критерии оценивания выпускной квалификационной работы

Результаты защиты ВКР определяются на основе оценочных суждений, представленных в отзыве руководителя ВКР, письменных рецензиях и выступлениях рецензентов, замечаниях председателя и членов ГЭК, данных по поводу основного содержания работы, и ответов студента на вопросы, поставленные в ходе защиты. ГЭК оценивает все этапы защиты ВКР – презентацию результатов работы, понимание вопросов и ответы на них, умение вести научную дискуссию (в том числе с рецензентами), общий уровень подготовленности студента, демонстрируемые в ходе защиты компетенции.

Основными критериями оценки ВКР являются:

1. Степень соответствия работы уровню квалификационных требований, предъявляемых к подготовке студентов, а также требованиям, предъявляемым к ВКР;
2. Соответствие темы ВКР специализации программы, актуальность, степень разработанности темы;
3. Качество и самостоятельность проведенного исследования, в том числе:
 - обоснование собственного подхода к решению дискуссионных проблем теории и практики, самостоятельный выбор и обоснование методологии исследования, валидность и репрезентативность, оригинальность использованных источников, методов работы, самостоятельность анализа материала или работы с материалами проекта, разработки модели,

вариантов решения, полнота и системность вносимых предложений по рассматриваемой проблеме, самостоятельная и обоснованная формулировка выводов по результатам исследования, полнота решения поставленных в работе задач;

- язык и стиль ВКР;
- соблюдение требований к оформлению ВКР.

Оценивание выпускной квалификационной работы

4-балльная шкала	Критерии
Отлично (повышенный уровень)	<p>⚡ Содержание как целой работы, так и ее частей связано с темой работы. Тема сформулирована конкретно, отражает направленность работы.</p> <p>⚡ Доклад на тему представленной к защите ВКР, выполнен студентом грамотно, четко и аргументировано.</p> <p>⚡ Во время защиты студент демонстрирует знание проблемы, понимание материала, дает точные определения и правильные формулировки в представленной ВКР. При этом речь студента отличается логической последовательностью, четкостью, прослеживается умение делать выводы, обобщать знания и практический опыт.</p> <p>⚡ Соблюдены все правила оформления работы.</p> <p>⚡ На дополнительные вопросы членов ГЭК студент дает полные и исчерпывающие ответы.</p>
Хорошо (базовый уровень)	<p>⚡ Содержание как целой работы, так и ее частей связано с темой работы, имеются небольшие отклонения.</p> <p>⚡ Доклад на тему представленной к защите ВКР выполнен студентом грамотно, четко и аргументировано.</p> <p>⚡ Во время защиты студент не всегда обоснованно и конкретно выражает свое мнение по поводу основных аспектов содержания работы.</p> <p>⚡ Есть некоторые недочеты в оформлении работы, в оформлении ссылок.</p> <p>⚡ Автор достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительные неточности при ответах.</p>
Удовлетворительно (пороговый уровень)	<p>⚡ Некоторые части работы не связаны с целью и задачами работы.</p> <p>⚡ Доклад на тему представленной к защите ВКР, содержит неточности в формулировке понятий, терминов. Изложение материала недостаточно связано и последовательно.</p> <p>⚡ Во время защиты студент показывает знание и понимание основных вопросов представленной ВКР.</p> <p>⚡ На поставленные по тематике данной ВКР вопросы даны неполные, слабо аргументированные ответы.</p> <p>⚡ Оформление работы не во всем соответствует предъявляемым требованиям.</p> <p>⚡ Имеет удовлетворительный отзыв рецензента и руководителя ВКР.</p>
Неудовлетворительн о (уровень не сформирован)	<p>⚡ Содержание и тема работы плохо согласуются между собой.</p> <p>⚡ Доклад на тему представленной к защите ВКР содержит ошибки в формулировке понятий, терминов.</p> <p>⚡ Много нарушений правил оформления и низкая культура ссылок.</p>

	<p>⚡ Автор совсем не ориентируется в тематике, не может назвать и кратко изложить содержание используемых книг.</p> <p>⚡ Студент неуверенно излагает материал при защите, допускает ошибки при ответе или не отвечает на большинство дополнительных вопросов, заданных членами ГЭК при защите.</p>
--	--

5.9. Определение результатов защиты ВКР

Результаты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в день защиты после оформления в установленном порядке протоколов заседания ГЭК.

Итоговая оценка, выставляемая в ходе проведения процедуры ГИА, определяется результатами защиты дипломной работы.

Решения ГЭК принимаются на закрытых заседаниях большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии (или заменяющий его заместитель председателя комиссии) обладает правом решающего голоса.

По положительным результатам государственной итоговой аттестации ГЭК принимает решение о присвоении выпускнику квалификации по направлению подготовки и выдаче диплома о среднем профессиональном образовании государственного образца.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ГИА

Методические рекомендации по написанию и оформлению дипломной работы размещены в ЭБС АлтГУ, режим доступа: <https://college.asu.ru/files/documents/00025294.docx>.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для государственной итоговой аттестации
программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности
42.02.01 Реклама

Разработчик:
Коверникова Е.Ю.
заведующий отделением ПСиТ

Барнаул 2023

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения программы подготовки специалистов среднего звена

Результаты освоения программы подготовки специалистов среднего звена согласно ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Компетенции	Форма проверки освоения компетенций
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>дипломная работа</p>
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	дипломная работа
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	дипломная работа
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	дипломная работа
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	дипломная работа
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	дипломная работа
ПМ.02 Производство рекламной продукции	
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и	дипломная работа

материалы	
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	дипломная работа
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	дипломная работа
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	дипломная работа
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	дипломная работа
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	дипломная работа
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	дипломная работа
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	дипломная работа
ПМ. 05 Выполнение работ по профессии рабочего «Агент рекламный»	
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	дипломная работа
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	дипломная работа

Заключительный этап формирования компетенций, направлен на закрепление ряда полученных в процессе обучения знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности. ГИА проводится в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися программ подготовки специалистов среднего звена соответствующим требованиям ФГОС СПО.

Компетенции	Показатели
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • обоснованность рекламной идеи в созданном макете • полноту и точность мониторинга рекламных идей. • обоснованность решений о поиске идей с использованием первичных источников. • аргументированность выбора рекламной идеи <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять поиск рекламных идей; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выбора правильных изобразительных средств и материалов для передачи рекламной идеи
ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • правильность и обоснованность художественного конструирования рекламных продуктов; • правильность композиционного решения рекламного продукта;

	<ul style="list-style-type: none"> • точность использования выразительных и художественно-изобразительных средств при создании рекламного продукта; • соответствие выразительных и художественно-изобразительных средств рекламы; • правильность построения композиции, шрифтовой и художественной графики в рекламе <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выполнять художественное конструирование в соответствии с техническими требованиями
<p>ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы проектирования рекламного продукта • полноту и точность составления проекта брифа. • характеристики и состав рекламных проектов. • обоснованность решений при разработке рекламных проектов (методов и технологий); <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • уметь представить свою работу; • демонстрация знаний элементов состава рекламного проекта; • аргументированность выбора элементов оптимального состава рекламного проекта; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проект в соответствии с требованиями
<p>ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основы выбора литературной и художественной обработки рекламного текста; • знать аргументированность применения слогана и дополнительных элементов рекламного текста; • правильность составления рекламных текстов; • точность и грамотность приемов и принципов составления рекламного текста <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять основной рекламный текст; • тестировать рекламный текст; • обосновать выбранный тип слогана, девиза, заголовка и т.д.; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять и оформлять рекламные объявления
<p>ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • соответствие визуального образа рекламным функциям; • знать правильность решений о применении

	<p>визуального образа;</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбор визуального образа и его функции; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • умений поиска рекламных визуальных образов; • умений создавать визуальный образ с применением художественно-изобразительных средств; <p>Иметь практический опыт: создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p>
--	--

ПМ.02 Производство рекламной продукции

<p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • точность подбора инструментов и материалов для изготовления полиграфической рекламной продукции в соответствии с технологическими требованиями; • основные инструменты и материалы для создания фото и видео рекламы в соответствии с технологическими требованиями; • технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; • полноту и точность мониторинга критериев выбора оборудования <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбирать и использовать инструмент; • эксплуатировать оборудование, инструменты и материалы для изготовления рекламного продукта; • обосновывать решения о поиске идей с использованием основных изобразительных средств и материалов; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбора оборудования и материалов при изготовлении рекламной фотографии и рекламного видео; • подбора инструментов и материалов для изготовления рекламной продукции в соответствии с технологическими требованиями.
--	---

<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • правила разработки чертежей конструкций техническому рисунку; • основы определения рациональных приемов конструктивного моделирования рекламных изделий; • принципы выбора оптимальных конструктивных средств для построения модельных конструкций с учетом законов композиции и основ художественного проектирования рекламы • процесс создания макетов (моделей) полиграфической и сувенирной рекламной продукции с учетом выбранной технологии <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • аргументировать выбор изобразительных средств при создании моделей (макетов, сценариев); • создавать дизайн-макеты при помощи
--	---

	<p>компьютерной графики (на примере полиграфической продукции);</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять выбор оптимальных изобразительных средств рекламы; • применять умения выбора технологий; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проведения технологического процесса при создании макетов (моделей) рекламной продукции с учетом выбранной технологии; • разработки макетов рекламной печатной продукции.
<p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • характеристики и состав рекламных проектов • правила технологического процесса при изготовлении полиграфической и сувенирной рекламной продукции в соответствии с техническим заданием; • основы разработки рекламных идей; • принципы решений при создании оригиналов • требования по проведению подготовки оборудования к работе <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • представить свой проект и изготовить его элемент в материале или прокомментировать дизайн-проект; • находить правильные художественные средства выражения рекламной идеи; • оформлять рекламную продукцию; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подготавливать рекламную продукцию или ее отдельные элементы к производству; • печатать обложки для боксов дисков, концертных афиш, рекламных плакатов, рекламных двусторонних листовок, авторские рекламные открытки; • изготавливать в электронном варианте рекламные баннеры; • собирать упаковку
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • требования к составлению опросных анкет; • соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса и требования к составлению опросных анкет; • знать критерии сегментации рынка потребителей; • требования целевых групп потребителей, которыми руководствуются при осуществлении профессиональной деятельности; • основные методы анализа целевого рынка; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать основные направления рекламной

	<p>деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализировать целевые рынки; • исследовать потребителей; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • исследования предпочтений целевых групп потребителей с выявлением требований целевых групп потребителей.
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • средства продвижения рекламного продукта; • виды рекламной деятельности; • методы отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей • проблемы разработки средств стимулирования сбыта целям и задачам продвижения рекламного продукта; • законодательство в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; • выбрать средства продвижения рекламного продукта соблюдая действующее законодательство; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • управления разработки средств продвижения рекламного продукта
<p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>	
<p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методы классификации целей менеджмента; • проблемы разработки плана для размещения и сопровождения заказа; • правила оценки спроса на рекламные услуги <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> • взаимодействовать с субъектами рекламной деятельности • работать с нормативной документацией; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • аспекты планирования рекламы; • этапы принятия и реализации управленческих решений; • методы выбора оптимальных каналов сбыта услуги <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выбирать методы подготовки плана для размещения и сопровождения заказа; • давать анализ достоверности и презентативности полученных данных;

	<ul style="list-style-type: none"> • определять последовательность разработки рекламного проекта; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • контролирование соответствия рекламной идеи требования рекламодателя. • выполнять самостоятельную работу с нормативной документацией
<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • нормативные документы; • основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; • методы выполнения исследования; • правила расчета экономической эффективности рекламной кампании <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проверять достоверность и презентативность полученных данных; • проводить работу по определению и поиску нормативной документации. • Осуществлять контроль правильности подготовки для регистрации прав на рекламный продукт <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • контролирование соответствия рекламной идеи требования рекламодателя
<p>ПМ. 05 Выполнение работ по профессии рабочего «Агент рекламный»</p>	
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Задачи, цели и общие требования к рекламе • Основные направления рекламной деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; • анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить исследования предпочтений целевых групп
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • виды рекламной деятельности; • структуру рекламного рынка; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проводить сегментирования рынка • принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разработки средств продвижения рекламного продукта • разработки маркетинговой части бизнес-плана

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения программы подготовки специалистов среднего звена

Рекомендуемая тематика дипломных работ

1. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой разработки фирменного стиля.
2. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой проведения ребрендинга ранее разработанного фирменного стиля.
3. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой бизнес-плана и экономических расчетов затрат на проведение планируемых рекламных мероприятий.
4. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой проведения маркетинговых исследований.
5. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой мероприятий по сбору рекламной информации и её анализу.
6. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой написания сценария и проведения рекламной фото-сессии.
7. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой написания сценария и съемки рекламного видеоролика.
8. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой разработки и изготовления рекламного WEB-сайта.
9. Планирование и проведение рекламной кампании и определение её эффективности с детальной проработкой разработки комплекта рекламных материалов (рекламного проспекта).
10. Дизайн-проектирование сценографии (спектаклей, постановок и др.).
11. Дизайн-проектирование декоративного оформления помещений или мероприятий.
12. Дизайн-сопровождение крупных акций и мероприятий (спортивные мероприятия, выставки, конференции, маркетинговые компании и др.).
13. Дизайн-проектирование бытовой графики (календари, каталоги, буклеты и др.).
14. Дизайн-проектирование деловой графики.
15. Разработка фирменного стиля предприятия.
16. Создание концепции рекламы и разработка баннерной рекламы.
17. Рестайлинг фирменного стиля.
18. Наружная реклама: макетирование, технологии, правовая база.
19. Разработка собственной торговой марки розничного торгового предприятия и ее продвижение.
20. Реклама в СМИ и ее роль в продвижении товара (на конкретном примере).
21. Использование уникального торгового предложения (УТП) в создании рекламной продукции.
22. Графический дизайн упаковки как средство коммуникативного воздействия на потребителя.
23. Радиореклама, ее разработка и эффективность.
24. Выставки и ярмарки в арсенале рекламиста.
25. Фирменный стиль предприятия в продвижении его товаров.
26. Организация работы рекламного агентства на рынке рекламных услуг.

3. Оценивание выпускной квалификационной работы

4-балльная шкала	Показатели	Критерии
------------------	------------	----------

<p>Отлично (повышенный уровень)</p>	<p>1. Степень соответствия работы уровню квалификационных требований, предъявляемых к подготовке студентов, а также требованиям, предъявляемым к ВКР.</p> <p>2. Соответствие темы ВКР специализации программы, актуальность, степень разработанности темы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Содержание как целой работы, так и ее частей связано с темой работы. Тема сформулирована конкретно, отражает направленность работы. • Доклад на тему представленной к защите ВКР, выполнен студентом грамотно, четко и аргументировано. • Во время защиты студент демонстрирует знание проблемы, понимание материала, дает точные определения и правильные формулировки в представленной ВКР. При этом речь студента отличается логической последовательностью, четкостью, прослеживается умение делать выводы, обобщать знания и практический опыт. • Соблюдены все правила оформления работы. • На дополнительные вопросы членов ГЭК студент дает полные и исчерпывающие ответы.
<p>Хорошо (базовый уровень)</p>	<p>3. Качество и самостоятельность проведенного исследования, в том числе: – обоснование собственного подхода к решению дискуссионных проблем теории и практики, самостоятельный выбор и обоснование методологии исследования, валидность и репрезентативность, оригинальность использованных источников, методов работы, самостоятельность анализа материала, разработки модели, вариантов решения, полнота и системность вносимых предложений по рассматриваемой проблеме, самостоятельная и</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Содержание как целой работы, так и ее частей связано с темой работы, имеются небольшие отклонения. • Доклад на тему представленной к защите ВКР выполнен студентом грамотно, четко и аргументировано. • Во время защиты студент не всегда обоснованно и конкретно выражает свое мнение по поводу основных аспектов содержания работы. • Есть некоторые недочеты в оформлении работы, в оформлении ссылок. • Автор достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительные неточности при ответах.
<p>Удовлетворительно (пороговый уровень)</p>	<p>исследования, валидность и репрезентативность, оригинальность использованных источников, методов работы, самостоятельность анализа материала, разработки модели, вариантов решения, полнота и системность вносимых предложений по рассматриваемой проблеме, самостоятельная и</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Некоторые части работы не связаны с целью и задачами работы. • Доклад на тему представленной к защите ВКР, содержит неточности в формулировке понятий, терминов. Изложение материала недостаточно связано и последовательно. • Во время защиты студент показывает знание и понимание основных вопросов представленной ВКР. • На поставленные по тематике данной ВКР вопросы даны неполные, слабо аргументированные ответы. • Оформление работы не во всем соответствует предъявляемым требованиям. • Имеет удовлетворительный отзыв рецензента и руководителя ВКР.
<p>Неудовлетворительно</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Содержание и тема работы плохо

(уровень не сформирован)	научно обоснованная формулировка выводов по результатам исследования, полнота решения поставленных в работе задач; –язык и стиль ВКР; –соблюдение требований к оформлению ВКР.	согласуются между собой. <ul style="list-style-type: none"> • Доклад на тему представленной к защите ВКР содержит ошибки в формулировке понятий, терминов. • Много нарушений правил оформления и низкая культура ссылок. • Автор совсем не ориентируется в тематике, не может назвать и кратко изложить содержание используемых книг. • Студент неуверенно излагает материал при защите, допускает ошибки при ответе или не отвечает на большинство дополнительных вопросов, заданных членами ГЭК при защите.
--------------------------	--	--

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения программы подготовки специалистов среднего звена

Формой государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама является защита выпускной квалификационной работы в виде дипломной работы.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама размещены на официальном сайте АлтГУ <https://www.asu.ru/sveden/education/#plan>