



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГАПОУ СО «ОБЛАСТНОЙ ТЕХНИКУМ ДИЗАЙНА И СЕРВИСА»

Согласовано:
На заседании Педагогического совета
Протокол № 2
« 27 » ноября 2024 г.

Утверждаю:
Директор техникума
_____ / И.М. Дыкман /
« 27 » ноября 2024 г.

ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

в рамках программы подготовки
специалистов среднего звена
42.02.01 «Реклама»

Базовый уровень подготовки

Екатеринбург, 2024

Программа государственной итоговой аттестации студентов ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» по программе подготовки специалистов среднего звена **42.02.01 Реклама** составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510 (ред. от 13.07.2021)

Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения программы: 3 года 10 месяцев

Квалификация выпускника: специалист по рекламе

Разработчики:

Сосновских Светлана Николаевна, зав. отделением

Морозова Юлия Александровна, заместитель директора по УМР

Мартиросян Алевтина Александровна, преподаватель ВКК

Правообладатель:

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» г. Екатеринбург

Согласовано:

Вересовая Елена Николаевна _____ м.п.

Директор ООО «РА «Антиква»

Программа государственной итоговой аттестации рассмотрена и одобрена на заседании Методического Совета ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса», г. Екатеринбург

Протокол методического совета № 2 от «27» ноября 2024 г.

Председатель Методического Совета _____/Ю.А. Морозова /

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Программа государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама» разработана в соответствии с:

- Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «Об образовании в Российской Федерации»;

- Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 08.11.2021 №800 (ред. от 19.01.2023) «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- ФГОС среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», утв. приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510 (ред. от 13.07.2021);

- Приказом Министерства образования и молодежной политики Свердловской области от - _____ № _____ «Об утверждении состава председателей ГЭК для проведения ГИА выпускников по образовательным программам СПО (программам подготовки специалистов среднего звена) в государственных ПОО Свердловской области, подведомственных Министерству образования и молодежной политики Свердловской области, на 2025 год»;

- Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса», утв. 25.11.2024 г.

1.2. Государственная итоговая аттестация является обязательной процедурой для выпускников, завершающих освоение данной образовательной программы и не может быть заменена оценкой уровня их подготовки на основе текущего контроля успеваемости и результатов промежуточной аттестации.

1.3. Целью государственной итоговой аттестации является установление соответствия уровня и качества профессиональной подготовки выпускника по специальности 42.02.01 «Реклама» требованиям федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования и работодателей. Предметом ГИА является оценка качества подготовки выпускников, которая осуществляется в двух основных направлениях:

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка компетенций обучающихся.

Выпускник, освоивший программу подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама» должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

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, освоивший ППССЗ 42.02.01 «Реклама» должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

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.

2. Производство рекламной продукции.

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.

3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

4. Организация и управление процессом изготовления 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. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (профессия 20032 «Агент рекламный»).

- Организационная деятельность по работе с заказчиком.

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиента.

ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию по работе с заказчиком.

ПК 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиком.

ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

- Размещение и сопровождение заказа.

ПК 5.7. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламы.

ПК 5.8. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.9. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.10. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 5.11. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 5.12. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 5.13. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

1.4. Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) проводится государственной экзаменационной комиссией, которая формируется из педагогических работников Техникума и лиц, приглашенных из сторонних организаций: представителей организаций-партнеров, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники.

1.5. К государственной итоговой аттестации допускаются студенты, успешно завершившие в полном объеме освоение программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама». Необходимым условием допуска к ГИА является представление документов, подтверждающих освоение выпускниками общих и профессиональных компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности.

2. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1 Форма государственной итоговой аттестации

2.1.1. Формой государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама является подготовка и защита выпускной квалификационной работы, которая выполняется в виде дипломной работы.

2.1.2. Дипломная работа направлена на систематизацию и закрепление знаний выпускника по специальности, а также определение уровня готовности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. Дипломная работа предполагает самостоятельную подготовку (написание) выпускником работы, демонстрирующей уровень знаний выпускника в рамках выбранной темы, а также сформированность его профессиональных умений и навыков.

2.1.3. Для подготовки дипломной работы выпускнику назначается руководитель и, при необходимости, консультанты, оказывающие выпускнику методическую поддержку.

2.1.4. Закрепление за студентами тем дипломных работ, назначение руководителей и консультантов осуществляется распорядительным актом Техникума.

2.2 Объем времени на подготовку и проведение ГИА

2.2.1. В соответствии с учебным планом специальности 42.02.01 «Реклама» объем времени на подготовку и проведение государственной итоговой аттестации составляет 6 недель.

2.2.2. Выполнение выпускных квалификационных работ и консультации по разделам ВКР ведутся согласно установленного графика.

2.2.3. При подготовке к ГИА в Техникуме разрабатываются документы: Программа государственной итоговой аттестации, комплект оценочных средств ГИА, методические указания для студентов по выполнению и защите дипломной работы. Разработанные документы проходят процедуру согласования с председателем Государственной экзаменационной комиссии, представителем работодателей, на заседании Методического и Педагогического советов Техникума, утверждаются директором.

2.3. Сроки и место проведения ГИА

2.3.1. График проведения ГИА утверждается директором Техникума и доводится до сведения студентов не позднее, чем за две недели до начала работы ГЭК.

2.3.2. Дата проведения государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама»:

- защита дипломной работы – 23-24 июня 2025 г.

2.3.3. Место проведения государственной итоговой аттестации по ППССЗ 42.02.01 «Реклама» – пер. Красный, д. 3; актовый зал.

2.4. Состав и функции Государственной экзаменационной комиссии

2.4.1. Государственная итоговая аттестация проводится Государственной экзаменационной комиссией (ГЭК), созданной в соответствии с Порядком проведения Государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» и приказом директора от 25.11.2024 г. № 64/1 ОД в составе:

Председатель ГЭК: Вересовая Е.Н. – директор ООО РА «Антиква»
Зам. председателя: Калач С.Ю., зам. директора УПР;
Члены ГЭК: Мартиросян А.А., Злобина И.А Рыбинских К.А.
Эксперт ГИА Соловьянова Ю.С.– методист ВКК
Представители работодателей.
Секретарь: Лоскутникова Ю.В. – заведующий отделением

2.4.2. Основными функциями государственной экзаменационной комиссии являются:

- комплексная оценка уровня освоения образовательной программы, компетенций выпускника и соответствия результатов освоения образовательной программы 42.02.01 «Реклама» требованиям федерального государственного образовательного стандарта;
- решение вопроса о присвоении квалификации «специалист по рекламе» по результатам государственной итоговой аттестации и выдаче соответствующего диплома о среднем профессиональном образовании;
- разработка рекомендаций по совершенствованию подготовки выпускников по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама».

2.4.3. Государственная экзаменационная комиссия руководствуется в своей деятельности локальными актами и учебно-методической документацией, разрабатываемыми ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» на основе ФГОС в части требований к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама».

2.5. Контроль организации ГИА. Экспертиза условий и результатов ГИА

2.5.1. Цели экспертизы:

- установление соответствия организации и проведения государственной итоговой аттестации по ППССЗ 42.02.01 «Реклама» нормативно-правовым требованиям;
- установление соответствия уровня профессиональной образованности выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта;
- выявление элементов существующей системы ГИА, способствующих или мешающих (реально или потенциально) развитию аттестационных процессов.

2.5.2. Внутренние эксперты: Морозова Ю.А.. – зам. директора по УМР;

Калач С.Ю. – зам. директора по УР;
Сосновских С.Н. – зав. отделением.

2.5.3. Эксперт результатов образования, оценки освоения общих и профессиональных компетенций – Соловьянова Ю.С. –методист ВКК. В обязанности эксперта входит анализ условий проведения ГИА и экспертиза качества образования по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама» (уровень сформированности общих и профессиональных компетенций).

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ И ПРОВЕРКИ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

3.1 Выбор темы дипломной работы

3.1.1. Темы выпускных квалификационных (дипломных) работ разрабатываются преподавателями профессиональных модулей, рассматриваются на заседании цикловой методической комиссии социально-экономического профиля, методического и педагогического совета техникума, согласовываются с председателем государственной экзаменационной комиссии и специалистами рекламных организаций, утверждаются директором техникума.

3.1.2. Темы дипломных работ должны отвечать современным требованиям развития рекламной деятельности, должны быть актуальными, соответствовать одному или нескольким профессиональным модулям и иметь научно-практическую направленность. Количество предложенных тем не должно быть меньше числа студентов выпускаемой группы, утвержденного заместителем директора по учебной работе.

3.1.3. Студентам предоставляется право самостоятельного выбора темы дипломной работы из предлагаемого перечня (прил.1) или предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. Выбор темы осуществляется, исходя из интереса к проблеме, возможности получения фактических данных, а также наличия специальной научной литературы. На выбор темы дипломной работы может влиять тематика предшествующей курсовой работы по профессиональному модулю:

- ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

3.1.4. Студент не позднее, чем за две недели до выхода на преддипломную практику, обязан выбрать тему дипломной работы.

3.1.5. Темы дипломных работ закрепляются за студентами приказом директора техникума. После издания приказа темы работ изменению не подлежат.

3.2 Руководство подготовкой и защитой дипломной работы

3.2.1. В целях оказания выпускнику педагогической помощи в период выполнения дипломной работы за ним закрепляется приказом директора техникума руководитель ВКР из числа ведущих преподавателей по данной образовательной программе.

3.2.2. К каждому руководителю может быть одновременно прикреплено не более 8 студентов. На консультации для каждого студента должно быть предусмотрено два часа в неделю.

3.2.3. Основными функциями руководителя дипломной работы являются:

- разработка индивидуальных заданий;
- консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения дипломной работы;
- оказание помощи студенту в подборе необходимой литературы;
- контроль хода выполнения дипломной работы;
- подготовка письменного отзыва на дипломную работу.

3.2.4. Студент после утверждения темы и руководителя ВКР должен обратиться к руководителю для получения задания на дипломную работу.

3.2.5. Руководитель в срок до пяти рабочих дней после обращения студента должен выдать ему индивидуальное задание на выполнение дипломной работы.

3.2.7. Задание на дипломную работу сопровождается консультацией руководителя, в ходе которой разъясняются назначение и задачи, структура и объем работы, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей работы.

3.2.8. Руководитель контролирует выполнение студентом нормативных требований по структуре, содержанию, оформлению дипломной работы.

3.2.9. Руководитель в срок до пяти рабочих дней с момента предоставления студентом итогового варианта дипломной работы (в переплете с вложенными сопроводительными документами) подписывает ее, оценивает качество ее выполнения и заполняет отзыв. В отзыве должны быть отражены рекомендации к допуску/не допуску к защите дипломной работы в ГЭК.

3.2.10. Дипломная работа с отзывом и подписью руководителя направляется на нормоконтроль с целью проверки качества ее оформления и соответствия предъявляемым требованиям.

3.2.11. В случае, если руководитель оценивает дипломную работу отрицательно и не считает возможным допустить выпускника к защите, работа возвращается на доработку. Своевременная доработка дипломной работы в соответствии с требованиями, позволяют выпускнику выйти на предстоящую защиту.

3.3 Нормализационный контроль

3.3.1. Дипломная работа с отзывом и подписью руководителя направляется на нормоконтроль с целью проверки качества ее оформления и соответствия предъявляемым требованиям. Дипломная работа, представленная на

нормоконтроль, должна быть представлена в полном комплекте, подписана студентом и руководителем.

3.3.2. Основной целью нормоконтроля является обеспечение:

- соблюдения в дипломных работах единых требований к оформлению, установленных государственными стандартами и локальными актами образовательной организации;
- комплектности документации в дипломных работах (наличие всех структурных элементов дипломной работы, количество листов и т.п.);
- высокого качества оформления дипломных работ.

3.3.3. Нормоконтролер обязан:

- тщательно и всесторонне проверять документы на строгое соответствие требованиям нормативной документации;
- давать четкие и обоснованные замечания и предложения по исправлению проверяемых дипломных работ.

3.3.4. Нормоконтролер имеет право:

- возвращать дипломную работу студенту без рассмотрения в случае небрежного выполнения, отсутствия обязательных подписей, отсутствия отзыва руководителя;
- возвращать студенту на доработку дипломную работу, не рассматривая ее в полном объеме, если на первых же страницах работы обнаружено большое (порядка 5-10) количество отступлений от требований нормативной документации.

3.3.5. Выявленные при нормоконтроле ошибки и отступления от нормативной документации в дипломной работе помечаются нормоконтролером и передаются студенту для последующего исправления. Исправленные работы направляются нормоконтролеру повторно вместе с замечаниями.

3.3.6. Студенту запрещается без ведома нормоконтролера вносить какие-либо изменения или дополнения в оригинал дипломной работы после того, как он был подписан нормоконтролером.

3.4 Рецензирование дипломных работ

3.4.1. Рецензирование дипломных работ осуществляется ведущими специалистами рекламных агентств, преподавателями высшей и первой категории техникума или других профессиональных образовательных организаций, а также образовательных организаций высшего образования, специализирующихся в данной предметной и/или профессиональной области.

3.4.2. Рецензия является важнейшим документом, определяющим полноту и качество выполнения дипломной работы.

3.4.3. Рецензия должна включать:

- заключение о соответствии дипломной работы заданию;
- оценку качества выполнения каждого раздела дипломной работы;
- оценку степени разработки новых вопросов, оригинальности решений (предложений), теоретической и практической значимости работы;
- оценку дипломной работы.

3.4.4. Содержание рецензии доводится до сведения студента не позднее, чем за день до защиты дипломной работы.

3.4.5. Внесение изменений в дипломную работу после получения рецензии не допускается.

4. ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНЫХ РАБОТ

4.1 Предварительная защита

4.1.1. Предварительная защита дипломной работы проводится на завершающем этапе ее выполнения в форме отчета студента-дипломника о степени реализации полученного задания и достигнутых результатах.

4.1.2. На предварительную защиту допускается дипломная работа, имеющая отзыв руководителя и подпись нормоконтролера. До предварительной защиты дипломная работа без подписи нормоконтролера не допускается.

4.1.3. Предварительная защита дипломной работы производится в специальной комиссии из 3-4 преподавателей техникума при непосредственном участии руководителя дипломной работы. Она состоит из доклада студента (не более 5-7 мин) по дипломной работе и ответов на вопросы. На предварительную защиту студент представляет электронную презентацию в программе Microsoft PowerPoint и экспозиционный планшет (либо его электронный макет).

4.1.4. В ходе предварительной защиты студенту могут быть даны рекомендации по внесению изменений в защитную речь или электронную презентацию. Студент обязан при подготовке дипломной работы к защите учесть данные рекомендации и внести необходимые изменения. Внесение изменений в дипломную работу не допускается.

4.2 Защита дипломных работ

4.2.1. Принятие решения о допуске студента к защите дипломной работы в государственной экзаменационной комиссии осуществляется заместителем директора по учебной работе на основе сопоставления завершенной работы с заданием на ее выполнение, требованиями к структуре и оформлению дипломной работы, при наличии отзыва руководителя, рецензии и подписи нормоконтролера и подтверждается его подписью.

4.2.2. Защита дипломной работы проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

4.2.3. На защиту дипломной работы отводится до 45 минут. Процедура защиты устанавливается председателем государственной экзаменационной комиссии по согласованию с членами комиссии и, как правило, включает доклад студента (не более 10-15 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.

4.2.4. При оценке защиты дипломной работы председатель и члены ГЭК учитывают:

- качество работы: новизну исследуемых вопросов, глубину проработки проблемы, теоретическую и практическую значимость полученных результатов;
- качество доклада (выступления) дипломника;
- оценку руководителя и рецензента;
- умение ориентироваться в исследуемой проблеме, аргументировано отвечать на вопросы членов ГЭК.

5. ОЦЕНИВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ГИА

5.1. Оценивание результатов ГИА происходит в два этапа:

I-й этап:

- выполнение дипломной работы – оценивается руководителем;
- рецензия на дипломную работу – оценивается рецензентом.

II-й этап – защита дипломной работы – оценивается ГЭК.

5.2. При оценивании выполнения и защиты дипломной работы отслеживаются общие и профессиональные компетенции:

Методика выставления рейтинговой оценки

Этап	Содержание этапа		Рейтинг	
			Min баллов	Max баллов
I-й этап – выполнение дипломной работы	Отзыв руководителя, рецензия	ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество ОК.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	26	44
		ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта		
	Средний балл		26	44
II-й этап – защита дипломной работы	ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес ОК 3. Принимать решения в стандартных и		26	44

	нестандартных ситуациях и нести за них ответственность ОК 05. Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты		
ВСЕГО		52	88

5.3. Методика оценивания включает количественную и дескриптивную (качественную) оценку. Дескриптивная (качественная) оценка отражает степень проявления оцениваемых признаков, т.е. проявлен выпускником соответствующий признак или не проявлен. Если оцениваемые признаки проявляются в ходе этапов ГИА на 60% и более, то они считаются сформированными.

Если в ходе государственной итоговой аттестации выпускник набрал 52,0-88,0 баллов – компетенции считаются сформированными, если менее 52,0 баллов – не сформированными.

5.2.4. Результаты выполнения и защиты дипломной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Перевод рейтинговой оценки на оценку по 5- бальной шкале

Рейтинговая оценка	Оценка по пятибалльной шкале
82,0-88,0	отлично
66,0-81,9	хорошо
52,0-65,9	удовлетворительно
менее 52,0	неудовлетворительно

5.5. Каждый из членов ГЭК выставляет свою оценку по каждой работе в оценочном листе. Секретарь ГЭК суммирует баллы членов ГЭК, вычисляет средний балл и конечную оценку, заполняет сводную ведомость защиты дипломной работы.

6. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ ГЭК

6.1. Решение об итоговой оценке принимается на закрытом заседании ГЭК при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя путем обсуждения каждой выпускной квалификационной работы и голосования. Решение принимается простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в

заседании. При равном числе голосов голос председательствующего на заседании государственной экзаменационной комиссии является решающим.

6.2. Решение оформляется протоколом заседания комиссии. В протоколе записываются: итоговая оценка, присуждение квалификации «специалист по рекламе» и особые мнения членов государственной экзаменационной комиссии.

6.3. Протокол заседания ГЭК подписывается председателем, заместителем председателя, ответственным секретарем и членами комиссии. Протокол заседания ГЭК хранится в архиве Техникума.

6.4. Результаты ГИА объявляются в день защиты дипломной работы после оформления в установленном порядке протоколов заседаний государственных экзаменационных комиссий.

7. ПОРЯДОК ПОВТОРНОГО ПРОХОЖДЕНИЯ ГИА

7.1. Выпускникам, не прошедшим ГИА по уважительной причине, в том числе не явившимся для прохождения ГИА по уважительной причине (далее – выпускники, не прошедшие ГИА по уважительной причине), предоставляется возможность пройти ГИА без отчисления из образовательной организации.

7.2. В случае досрочного завершения ГИА выпускником по независящим от него причинам результаты ГИА оцениваются по фактически выполненной работе, или по заявлению такого выпускника ГЭК принимается решение об аннулировании результатов ГИА, а такой выпускник признается ГЭК не прошедшим ГИА по уважительной причине.

7.3. Выпускники, не прошедшие ГИА по неуважительной причине, в том числе не явившиеся для прохождения ГИА без уважительных причин (далее – выпускники, не прошедшие ГИА по неуважительной причине), и выпускники, получившие на ГИА неудовлетворительные результаты, могут быть допущены образовательной организацией для повторного участия в ГИА не более двух раз.

7.4. Дополнительные заседания ГЭК организуются в установленные техникумом сроки, но не позднее четырех месяцев после подачи заявления выпускником, не прошедшим ГИА по уважительной причине.

7.5. Выпускники, не прошедшие ГИА по неуважительной причине, и выпускники, получившие на ГИА неудовлетворительные результаты, отчисляются из образовательной организации и проходят ГИА не ранее чем через шесть месяцев после прохождения ГИА впервые.

7.6. Для прохождения ГИА выпускники, не прошедшие ГИА по неуважительной причине, и выпускники, получившие на ГИА неудовлетворительные результаты, восстанавливаются в образовательной организации на период времени, установленный образовательной организацией самостоятельно, но не менее предусмотренного календарным учебным графиком для прохождения ГИА соответствующей образовательной программы среднего профессионального образования.

8. ПОРЯДОК ПОДАЧИ И РАССМОТРЕНИЯ АПЕЛЛЯЦИЙ

8.1. По результатам ГИА выпускник имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, Порядка и (или) несогласии с результатами ГИА (далее – апелляция).

8.2. Апелляция подается лично выпускником или родителями (законными представителями) несовершеннолетнего выпускника в апелляционную комиссию техникума.

8.3. Апелляция о нарушении Порядка подается непосредственно в день проведения ГИА, в том числе до выхода из центра проведения экзамена.

8.4. Апелляция о несогласии с результатами ГИА подается не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов ГИА.

8.5. Апелляция рассматривается апелляционной комиссией не позднее трех рабочих дней с момента ее поступления.

8.6. Состав апелляционной комиссии утверждается образовательной организацией одновременно с утверждением состава ГЭК.

8.7. Апелляционная комиссия состоит из председателя апелляционной комиссии, не менее пяти членов апелляционной комиссии и секретаря апелляционной комиссии из числа педагогических работников образовательной организации, не входящих в данный учебном году в состав ГЭК.

8.8. Апелляция рассматривается на заседании апелляционной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

На заседание апелляционной комиссии приглашается председатель соответствующей ГЭК, а также главный эксперт при проведении ГИА в форме демонстрационного экзамена.

По решению председателя апелляционной комиссии заседание апелляционной комиссии может пройти с применением средств видео, конференц-связи, а равно посредством предоставления письменных пояснений по поставленным апелляционной комиссией вопросам.

Выпускник, подавший апелляцию, имеет право присутствовать при рассмотрении апелляции.

С несовершеннолетним выпускником имеет право присутствовать один из родителей (законных представителей).

Указанные лица должны при себе иметь документы, удостоверяющие личность.

8.9. Рассмотрение апелляции не является пересдачей ГИА.

8.10. При рассмотрении апелляции о нарушении Порядка апелляционная комиссия устанавливает достоверность изложенных в ней сведений и выносит одно из следующих решений:

- об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях Порядка не подтвердились и (или) не повлияли на результат ГИА;
- об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях Порядка подтвердились и повлияли на результат ГИА.

В последнем случае результаты проведения ГИА подлежат аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в ГЭК для реализации решения апелляционной комиссии. Выпускнику предоставляется возможность пройти ГИА в дополнительные сроки, установленные техникумом без отчисления такого выпускника из образовательной организации в срок не более четырех месяцев после подачи апелляции.

8.11. В случае рассмотрения апелляции о несогласии с результатами ГИА, полученными при прохождении демонстрационного экзамена, секретарь ГЭК не позднее следующего рабочего дня с момента поступления апелляции направляет в апелляционную комиссию протокол заседания ГЭК, протокол проведения демонстрационного экзамена, письменные ответы выпускника (при их наличии), результаты работ выпускника, подавшего апелляцию, видеозаписи хода проведения демонстрационного экзамена (при наличии).

В случае рассмотрения апелляции о несогласии с результатами ГИА, полученными при защите дипломной работы, секретарь ГЭК не позднее следующего рабочего дня с момента поступления апелляции направляет в апелляционную комиссию дипломную работу, протокол заседания ГЭК.

8.12. В результате рассмотрения апелляции о несогласии с результатами ГИА апелляционная комиссия принимает решение об отклонении апелляции и сохранении результата ГИА либо об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата ГИА. Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в ГЭК. Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования ранее выставленных результатов ГИА выпускника и выставления новых результатов в соответствии с мнением апелляционной комиссии.

8.13. Решение апелляционной комиссии принимается простым большинством голосов. При равном числе голосов голос председательствующего на заседании апелляционной комиссии является решающим.

8.14. Решение апелляционной комиссии доводится до сведения подавшего апелляцию выпускника в течение трех рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии.

8.15. Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

8.16. Решение апелляционной комиссии оформляется протоколом, который подписывается председателем (заместителем председателя) и секретарем апелляционной комиссии и хранится в архиве образовательной организации.

ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ
(ДИПЛОМНЫХ) РАБОТ ПО ПРОГРАММЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ
СРЕДНЕГО ЗВЕНА
42.02.01 РЕКЛАМА

1. Разработка концепции и конструкции фирменного стиля.
2. Разработка и создание телевизионной рекламы.
3. Разработка визуальной стилистики рекламной кампании.
4. Рекламное проектирование персонального имиджа.
5. Проект «нетрадиционных» видов рекламы.
6. Проект рекламной кампании в Интернет-среде.
7. Место event-маркетинга в системе BTL кампании.
8. Разработка, планирование и реализация PR кампании.
9. Разработка рекламной стратегии перепозиционирования продукции или бренда на рынке.
10. Разработка предложений по визуальному представлению рекламы: афиша, витрина, вывеска.
11. Особенности и направления использования product placement в современном рекламном деле.
12. Разработка программы «Event-Marketing» (событийного маркетинга) как средства продвижения марки.
13. Практика правового регулирования рекламной деятельности.
14. Разработка коммуникационной стратегии для выхода на рынок нового образовательного учреждения.
15. Планирование рекламной кампании на примере.
16. Позиционирование компании и процесс его воплощения в креативных решениях.
17. Цвет как фактор эффективного рекламного воздействия.
18. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение.
19. «Новые медиа» в современном комплексе маркетинга.
20. Имидж организации: формирование и продвижение.
21. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
22. Фирменный стиль как элемент системы корпоративной коммуникации.
23. Планирование и организация промо-мероприятия для продвижения торговой марки на рынке.
24. Особенности и направления использования технологии нейролингвистического программирования в рекламе.
25. Разработка (совершенствование, управление) инновационных методов сбора информации на рекламном рынке.
26. Разработка презентации, как инструмент управления коммуникациями с клиентом.
27. Формирование (совершенствование, управление) имиджа с помощью сувенирной рекламы.

28. Разработка (совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет.
29. Совершенствование (управление) социальных сетей при продвижении продукта.
30. Разработка вирусной рекламы в сети Интернет.
31. Разработка профориентационной продукции.
32. Особенности и направления использования нативной рекламы в современном рекламном деле.
33. Разработка сценария социального ролика.
34. Социальная реклама как инструмент воздействия на общественное мнение.
35. Особенности и направления использования технологии «Social Media Marketing» в современном рекламном деле.
36. Особенности и направления использования технологии «Selfie- Marketing» в современном рекламном деле.
37. Невербальная информация в рекламе, как метод эффективного воздействия на потребителя.
38. Сексуальные мотивы как эффективный фактор рекламного воздействия.
39. Разработка мотивационных мероприятий для коллектива.
40. Психологические приемы манипулирования, как инструмент повышения эффективности рекламы.
41. Разработка рекламного продукта в фэшн-индустрии.
42. Разработка и технология газетной и журнальной рекламы на примере
43. Антропоморфизм как элемент рекламного воздействия.
44. Создание «креативной» упаковки.
45. Разработка объемных букв в рекламе.
46. Психология восприятия шрифтов в рекламе.
47. Разработка и создание эффективной наружной рекламы.
48. Сувенирная продукция как средство коммуникации.
49. Организация выставочной деятельности и оценка её эффективности.
50. Особенности эмоционального воздействия рекламы на поведение покупателей.
51. Формирование бренда производителя (розничного торговца).
52. Комплексное решение оформления и ребрендинг.