

Согласовано:
На заседании Педагогического совета
Протокол № 2
«27» ноября 2025 г.



Утверждаю:
Директор техникума
И.М. Дыкман
«27» ноября 2025 г.

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
по программе подготовки
специалистов среднего звена

42.02.01 «Реклама»
Базовый уровень подготовки

I. Паспорт комплекта оценочных средств

1. Область применения комплекта оценочных средств

Комплект оценочных средств предназначен для проведения Государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама

Результаты освоения	Тип задания	Форма ГИА
Выпускник, освоивший программу подготовки специалистов среднего звена 41.02.01 «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. - профессиональными компетенциями, соответствующими основным видам профессиональной деятельности: 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Практико-ориентированное	Выпускная квалификационная работа в виде дипломной работы

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 (20032 Агент рекламный) ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов 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 и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа ПК 5.7. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта 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		
---	--	--

Форма Государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама» – подготовка и защита выпускной квалификационной работы, которая выполняется в виде дипломной работы.

В процедуре Государственной итоговой аттестации отслеживаются общие и профессиональные компетенции:

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 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.

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 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.

Тематика дипломных работ соответствует содержанию профессиональных модулей и предусматривают закрепление соответствующих профессиональных компетенций.

2. Комплект оценочных средств

Комплект оценочных средств ГИА по программе подготовки специалистов среднего звена **42.02.01 Реклама** включает в себя экзаменационные задания (тематику дипломных работ) и инструментарий оценивания (пакет экзаменатора).

2.1 Выпускная квалификационная (дипломная) работа

Темы дипломных работ:

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.

Основные требования к выполнению и защите дипломной работы представлены в методических указаниях.

Основные требования к материально-техническому обеспечению:

Помещение: актовый зал.

Оборудование: столы и стулья для членов ГЭК, кафедра для оратора (выпускника), мультимедийное оборудование (компьютер, проектор, экран) для показа электронных презентаций, мольберты для экспозиционных планшетов, ноутбук или ПК для секретаря ГЭК.

Условия проведения Государственной итоговой аттестации представлены в Программе Государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама.

Методы оценки: экспертная оценка по критериям.

2.2. Пакет экзаменатора

В пакет экзаменатора входят следующие материалы:

1. Задание на выполнение дипломной работы (прил. 1).
2. Отзыв руководителя дипломной работы (прил. 2).
3. Рецензия на дипломную работу (прил. 3).
4. Оценочный лист защиты выпускной квалификационной (дипломной) работы (прил. 4).
5. Аттестационный лист выполнения и защиты дипломной работы (прил. 5).
6. Сводная ведомость выполнения и защиты дипломной работы (прил. 6).
7. Протокол ГИА (прил. 7).
8. Памятка членам ГЭК по оцениванию результатов защиты выпускной квалификационной работы (прил. 8).

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

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Заведующий отделением

_____/_____
« ____ » _____ 202__ г.

ЗАДАНИЕ на выполнение дипломной работы

студенту ***Петровой Анастасии Федоровне***, группы ***Р-44***, четвертого курса

Тема дипломной работы: ***«Разработка концепции и конструкции фирменного стиля»***

Утверждена приказом директора от « ____ » _____ 20__ г.

Руководитель дипломной работы: Рыбинских Константин Александрович

Место преддипломной практики: _____

СОДЕРЖАНИЕ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

1. Введение
2. Основная часть
3. Выводы и заключение, рекомендации относительно возможностей применения полученных результатов
4. Список использованных источников
5. Приложения
6. Экспозиционный планшет

Срок выполнения работы с « ____ » _____ 202__ г. по « ____ » _____ 202__ г.

Заключение руководителя: работа закончена « ____ » _____ 202__ г.

Оценка: _____

Подпись руководителя _____ / _____

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»

ОТЗЫВ

руководителя выпускной квалификационной (дипломной) работы

Ф.И.О. руководителя: _____

Должность, квалификационная категория: _____

Ф.И.О. автора работы: _____

Группа **P-44** Специальность: **42.02.01 «Реклама»**

ТЕМА _____

Актуальность темы: _____

Практическая значимость: _____

Наличие самостоятельных разработок автора: _____

№ п/п	Оцениваемый показатель	Количество баллов	
		Max	Факт
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество			
1	Всесторонне обоснована актуальность выбранной темы, позволяющая оценить степень важности её изучения	2	
2	В соответствии с темой дипломной работы грамотно сформулированы цели и задачи, объект и предмет ВКР	2	
3	Структура и содержание дипломной работы соответствуют требованиям методических указаний и поставленным задачам, полностью раскрывают заявленную тему	2	
4	Проявлены самостоятельность и инициативность студента, заинтересованность в результатах своей работы; соблюден график дипломного проектирования	2	
5	Правильно рассчитана стоимость рекламы в зависимости от рекламного носителя, обоснована экономическая целесообразность использования рекламного продукта	2	
6	Представлены выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрыта практическая значимость работы	2	
ОК.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития			
7	В полном объеме проведен анализ и обобщение различных информационных источников, соответствующих тематике работы	2	
8	В полном объеме раскрыты теоретические аспекты, необходимые для выполнения практической части дипломной работы	2	
9	Использованы различные информационные источники: нормативные правовые акты, учебная и специальная литература, периодические издания, Интернет-источники, в тексте работы имеются ссылки на все информационные источники	2	
10	В глоссарии рассмотрены все ключевые понятия и определения по теме работы, проявлено их понимание	2	
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
11	В полном объеме проведен анализ целевой аудитории	2	
12	В полном объеме представлено описание рекламируемого объекта, выявлены уникальные свойства	2	
13	Проведен эффективный анализ рекламной практики конкурентов	2	
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
14	Четко сформулирована и обоснована проектная концепция	2	
15	Предложены различные оптимальные средства продвижения рекламного проекта, с учетом эффективного привлечения целевой аудитории	2	

16	Использованы современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	2	
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей			
ОК.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития			
17	Достаточно аргументирован выбор рекламных идей, отражающих признаки и характеристики целевых сегментов организации	2	
18	Представлены разнообразные творческие источники (фактурные и образные)	2	
19	Предложены рекламные идеи с элементами оригинального творческого подхода	2	
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
20	Выбраны оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства воплощения рекламной идеи	2	
21	Соблюдены законы композиции при построении рекламного продукта	2	
22	Соблюдена цветовая выразительность с учетом основ цветовосприятия	2	
Итого		44	

Перевод в оценку: 41-44 балла – оценка «5»; 33-40 баллов – оценка «4»; 26-32 баллов – оценка «3»;
менее 26 баллов – оценка «2», дипломная работа возвращается на доработку

Дипломная работа сдана на проверку «__»_____ 202_ г.

Положительные моменты дипломной работы _____

Отрицательные моменты дипломной работы _____

Общие выводы по дипломной работе _____

Руководитель: _____ / _____ / Дата «__»_____ 202_ г.
подпись расшифровка подписи

С отзывом руководителя ознакомлен(а) _____ «__»_____ 202_ г.

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную (дипломную) работу

Ф.И.О.рецензента: _____

Должность: _____

Место работы: _____

Адрес предприятия (организации) _____

Ф.И.О. автора работы: _____

Место обучения: **ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»**

Группа **Р-44** Специальность: **42.02.01 «Реклама»**

Тема дипломной работы: _____

Актуальность темы: _____

Практическая значимость: _____

Наличие самостоятельных разработок автора: _____

№ п/п	Оцениваемый показатель	Количество баллов	
		Max	Факт
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество			
1	Всесторонне обоснована актуальность выбранной темы, позволяющая оценить степень важности её изучения	2	
2	В соответствии с темой дипломной работы грамотно сформулированы цели и задачи, объект и предмет ВКР	2	
3	Структура и содержание дипломной работы соответствуют требованиям методических указаний и поставленным задачам, полностью раскрывают заявленную тему	2	
4	Проявлены самостоятельность и инициативность студента, заинтересованность в результатах своей работы; соблюден график дипломного проектирования	2	
5	Правильно рассчитана стоимость рекламы в зависимости от рекламного носителя, обоснована экономическая целесообразность использования рекламного продукта	2	
6	Представлены выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрыта практическая значимость работы	2	
ОК.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития			
7	В полном объеме проведен анализ и обобщение различных информационных источников, соответствующих тематике работы	2	
8	В полном объеме раскрыты теоретические аспекты, необходимые для выполнения практической части дипломной работы	2	
9	Использованы различные информационные источники: нормативные правовые акты, учебная и специальная литература, периодические издания, Интернет-источники, в тексте работы имеются ссылки на все информационные источники	2	
10	В глоссарии рассмотрены все ключевые понятия и определения по теме работы, проявлено их понимание	2	
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
11	В полном объеме проведен анализ целевой аудитории	2	
12	В полном объёме представлено описание рекламируемого объекта, выявлены уникальные свойства	2	
13	Проведен эффективный анализ рекламной практики конкурентов	2	

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

Защиты выпускной квалификационной работы

ППССЗ 42.02.01 Реклама

Группа P-44

№ п/п	Признаки оценивания 2 балла – показатель выражен в полном объеме 1 балл – показатель выражен частично 0 – показатель отсутствует	ФИО выпускника																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес																					
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации																					
1	Внешний облик выпускника соответствует деловому этикету																				
2	Четко определяет будущие профессиональные планы, связанные с дальнейшей трудовой деятельностью																				
3	В полном объеме представляет результаты обучения в рамках осваиваемой специальности (качество образования, средний балл по результатам обучения)																				
4	В полном объеме представляет учебные и профессиональные достижения (портфолио) в рамках осваиваемой специальности (творческие работы, результаты участия в мероприятиях учебной и профессиональной направленности)																				
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности																					
5	Рационально (логично) выстраивает структуру ответа																				
6	Кратко и лаконично представляет информацию по теме ВКР																				
7	Комментирует слайды презентации через раскрытие содержания слайда, дополнительную информацию и выводы по теме ВКР																				
8	Целесообразно использует в презентации фотографии, схемы, иллюстрации в соответствии с темой ВКР																				
9	Экспозиционный планшет наглядно раскрывает тему и итоги работы																				
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями																					
10	Владеет грамотной устной речью, удерживает внимание аудитории																				
11	Владеет профессиональной терминологией на высоком уровне																				
12	Проявляет готовность к работе с членами ГЭК, аргументировано отвечает на вопросы членов ГЭК																				

№ п/п	Признаки оценивания 2 балла – показатель выражен в полном объеме 1 балл – показатель выражен частично 0 – показатель отсутствует	ФИО выпускника																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность																					
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты																					
13	Четко аргументирует выбор проектной концепции, выделяет проектные проблемы																				
14	Четко обосновывает проектное решение																				
15	В полной мере указывает на преимущества и уникальность рекламируемого объекта																				
16	Рекламный проект соответствует Федеральному закону «О рекламе», стандартам, этическим нормам																				
17	Рекламный проект отражает тенденции современного мирового развития																				
18	Рекламный продукт разработан в соответствии с ориентацией на конкретную целевую аудиторию с учетом эффективного привлечения внимания																				
19	Реклама проста в понимании потребителя																				
20	Рекламный продукт отличается информационной и эмоциональной выразительностью																				
21	Рекламный продукт отличается креативностью идей, оригинальностью предложенных концепций																				
22	Представлен высокий уровень качества (безупречность исполнения) разработанных материалов в полном объеме																				
Количественная оценка																					
Дескриптивная оценка																					

Уровень сформированности компетенций: 26-44 балла – компетенции сформированы, менее 26 баллов – не сформированы

Перевод в оценку: 41,0-44,0 баллов – оценка «5»; 33,0-40,9 баллов – оценка «4»; 26,0-32,9 баллов – оценка «3»; менее 26,0 баллов – оценка «2»

Член ГЭК _____ / _____

Дата «____» _____ 202_ г.

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
Государственной итоговой аттестации

ППССЗ 42.02.01 Реклама Группа P-44

Дата «__» _____ 202_ г.

№ п/п	ФИО выпускника	Выполнение ВКР			Защита ВКР Max 44 б. Min 26 б.	Общий балл по результатам ГИА Max 88 б. Min 52 б.	Оценка
		Оценка руководителя Max 44 б. Min 26 б.	Оценка рецензента Max 44 б. Min 26 б.	Средний балл Max 44 б. Min 26 б.			
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
20							

Члены ГЭК: 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____

Секретарь ГЭК _____

ГАПОУ СО Областной техникум дизайна и сервиса

СВОДНАЯ ВЕДОМОСТЬ

Выполнения и защиты дипломной работы 202_ – 202_ уч. год

ППССЗ 42.02.01 РекламаГруппа P-44

Дата «__»_____ 202_ г.

№ п/п	Ф.И.О. выпускника	Этапы ВКР	Ф.И.О членов ГЭК					Сумма баллов по этапу	Средний балл по этапу	Средний балл по ВКР	Итоговая оценка по 5-ти балльной шкале
1		I									
		II									
2		I									
		II									
3		I									
		II									
4		I									
		II									
5		I									
		II									
6		I									
		II									
7		I									
		II									
8		I									
		II									
9		I									
		II									
10		I									
		II									
11		I									
		II									
12		I									
		II									

13		I									
		II									
		I									
		II									
		I									
		II									
20		I									
		II									

Уровень сформированности компетенций:

52-88 баллов – компетенции сформированы,

менее 52 баллов – не сформированы

Перевод в оценку:

82,0-88,0 баллов – оценка «5»;

66,0-81,9 баллов – оценка «4»;

52,0-65,9 баллов – оценка «3»;

менее 52,0 баллов – оценка «2»

ПРОТОКОЛ № ____

От « ____ » _____ 20__ г. заседания Государственной экзаменационной комиссии по итоговой аттестации выпускников ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» г. Екатеринбург, пер. Красный, 3. Гр. _____ специальность 42.02.01 «Реклама» куратор _____

Председатель ГЭК (ФИО, должность): 1. _____

Члены ГЭК (ФИО, должность): 2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Рассмотрев итоговые оценки успеваемости освоения основной профессиональной образовательной программы, результаты выпускных квалификационных испытаний, КОМИССИЯ ПОСТАНОВИЛА:

1. Указанным в списке выпускникам выдать документ об окончании ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» и присвоить квалификацию

№/пп	Фамилия, имя, отчество выпускника	Дата рождения	Оценка, полученная на защите	Присваиваемая квалификация	Заключение экзаменационной комиссии
1				Специалист по рекламе	Выдать диплом
2				Специалист по рекламе	Выдать диплом
3				Специалист по рекламе	Выдать диплом
4				Специалист по рекламе	Выдать диплом
5				Специалист по рекламе	Выдать диплом
6				Специалист по рекламе	Выдать диплом
7				Специалист по рекламе	Выдать диплом
8				Специалист по рекламе	Выдать диплом
9				Специалист по рекламе	Выдать диплом
10				Специалист по рекламе	Выдать диплом
11				Специалист по рекламе	Выдать диплом
12				Специалист по рекламе	Выдать диплом
13				Специалист по рекламе	Выдать диплом
14				Специалист по рекламе	Выдать диплом
15				Специалист по рекламе	Выдать диплом

2. Нижепоименованным обучающимся (не допущенным к выпускным квалификационным испытаниям или не сдавшим их) выдать справки об обучении в техникуме:

№/пп	Фамилия, имя, отчество	Дата рождения	Заклучение экзаменационной комиссии
1.			

Председатель ГЭК: _____

Члены ГЭК: 1 _____ /2 _____ /3 _____ /4 _____ /5 _____

**Памятка членам государственной экзаменационной комиссии
по оцениванию результатов ГИА выпускников
по программе подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 «Реклама»**

Уважаемый эксперт!

Вам предстоит оценивать уровень профессиональной образованности выпускников по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама» в процедуре Государственной итоговой аттестации.

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

Оценивание дипломной работы происходит в два этапа:

- I-й этап: выполнение дипломной работы оценивается руководителем ВКР и рецензентом; данные оценки и средний балл заносятся секретарём ГЭК в аттестационный лист и сводную ведомость;
- II-й этап: защита дипломной работы – оценивается ГЭК.

Вам предстоит оценивать уровень сформированности общих компетенций выпускников на этапе защиты дипломной работы по критериям, обозначенным в оценочном листе.

Для этого Вам необходимо:

- предварительно ознакомиться с методическим обеспечением данного этапа Государственной итоговой аттестации, методикой и критериями оценивания и порядком заполнения документов;
- внимательно выслушать представленную защитную речь выпускника и задавать вопросы по теме дипломной работы.

Защита дипломной работы включает в себя самопрезентацию выпускника и презентацию дипломной работы. На защиту выпускник должен представить:

- дипломную работу с отзывом руководителя и рецензией, заверенной подписью рецензента;
- разработанную рекламную продукцию;
- экспозиционный планшет;
- портфолио учебных и профессиональных достижений (дипломы, сертификаты, грамоты о результатах участия в конкурсах профессиональной направленности, учебно-исследовательских конференциях, олимпиадах и т.д.);
- электронную презентацию, выполненную в программе Microsoft Office PowerPoint (электронное сопровождение защитной речи выпускника).

На данном этапе ГИА отслеживается уровень сформированности профессиональной компетенции **ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты**, а также общих компетенций:

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- ОК 5. 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.

Методика оценивания включает количественную и дескриптивную (качественную) оценку, которая выставляется в оценочном листе. По каждому показателю оценочного листа Вам необходимо поставить количественную оценку, которая выражается в баллах:

- 0 – признак оценивания не проявлен в ходе защиты ВКР;
- 1 – признак оценивания частично проявлен в ходе защиты ВКР;
- 2 – признак оценивания в полном объеме проявлен в ходе защиты ВКР.

Затем Вам необходимо сложить все баллы оценочного листа, чтобы получить количественную оценку.

Дескриптивная (качественная) оценка отражает степень проявления отслеживаемых компетенций, т.е. проявлены выпускником соответствующие компетенции или не проявлены. Если оцениваемые признаки проявляются в ходе защиты ВКР на 60% и более, то компетенции считаются сформированными.

Конечные результаты по оценочному листу (количественная оценка) секретарь ГЭК переносит в сводную ведомость и аттестационный лист ГИА.

Далее секретарь ГЭК суммирует баллы членов ГЭК, вычисляет средний балл и конечную оценку, заполняет сводную ведомость, аттестационный лист и протокол государственной итоговой аттестации.

После процедуры оценивания Вам необходимо поставить свою подпись в сводной ведомости, аттестационном листе и протоколе государственной итоговой аттестации и выразить особое мнение члена ГЭК о процедуре ГИА.

Благодарим за сотрудничество!