

**Министерство образования и науки Российской Федерации
Профессионально-педагогический колледж
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет
имени Гагарина Ю.А.»**

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор ЦПК СГТУ имени Гагарина Ю.А.
М.Ю. Захарченко
«26» 2017 г.



**Программа
государственной итоговой аттестации выпускников специальности
42.02.01 Реклама**

Саратов 2017

Программа разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 № 510.

Разработчик программы – Бобровицкая Олеся Владимировна- преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	4
1. Паспорт программы государственной итоговой аттестации.....	6
1.1. Область применения программы государственной итоговой аттестации.....	6
1.2. Цели и задачи государственной итоговой аттестации.....	7
2. Структура и содержание государственной итоговой аттестации.....	7
2.1. Форма и вид итоговой государственной аттестации.....	7
2.2. Этапы, объем времени и сроки проведения государственной итоговой аттестации.....	8
2.3. Содержание государственной итоговой аттестации.....	9
3. Условия реализации программы государственной итоговой аттестации.....	18
3.1. Требования к организации защиты выпускной квалификационной работы.....	18
3.2. Требования к уровню квалификации кадрового состава ГИА.....	21
4. Оценка результатов государственной итоговой аттестации.....	23
Приложение 1 Тематика выпускных квалификационных работ специальности 42.02.01 Реклама.....	25

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа государственной итоговой аттестации выпускников специальности 42.02.01 Реклама разработана в соответствии с:

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. № 273-ФЗ;
- Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации» от 16 августа 2013 г. N 968 г. «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования;
- Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама;
- Положением о государственной итоговой аттестации студентов Профессионально -педагогического колледжа федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», принято на Совете Профессионально – педагогического колледжа СГТУ имени Гагарина Ю.А., протокол № 1 от 02.09.2013 года, утверждено 02.09.2013 года.

В Программе государственной итоговой аттестации определены:

- вид государственной итоговой аттестации;
- материалы по содержанию государственной итоговой аттестации;
- сроки проведения государственной итоговой аттестации;
- этапы и объем времени на подготовку, и проведение государственной итоговой аттестации;
- условия подготовки и процедуры проведения государственной итоговой аттестации;
- материально-технические условия проведения государственной итоговой аттестации;

- состав экспертов уровня и качества подготовки выпускников в период государственной итоговой аттестации;
- тематика, состав, объем и структура задания студентам на государственную итоговую аттестацию;
- перечень необходимых документов, представляемых на заседаниях государственной экзаменационной комиссии;
- форма и процедура проведения государственной итоговой аттестации;
- критерии оценки уровня и качества подготовки выпускников.

Программа государственной итоговой аттестации ежегодно обновляется методической комиссией специальности 42.02.01 Реклама и утверждается директором колледжа после её рассмотрения на заседании педагогического совета. Согласовывается с работодателем, заместителем директора по учебной работе, начальником научно-методического отдела, заведующим отделением.

1. Паспорт программы государственной итоговой аттестации

1.1. Область применения программы государственной итоговой аттестации

Программа государственной итоговой аттестации (далее программа ГИА) является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения **видов профессиональной деятельности(ВПД) и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):**

ВПД 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.

ВПД 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.

ВПД 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.

ВПД 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.

1.2. Цели и задачи государственной итоговой аттестации

Целью государственной (итоговой) аттестации является установление соответствия уровня освоенности компетенций, обеспечивающих соответствующую квалификацию и уровень образования обучающихся, Федеральному государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

ГИА призвана способствовать систематизации и закреплению знаний и умений обучающегося по специальности при решении конкретных профессиональных задач, определять уровень подготовки выпускника к самостоятельной работе.

2. Структура и содержание государственной итоговой аттестации

2.1. Форма и вид государственной итоговой аттестации

Формой государственной итоговой аттестации по образовательной программе среднего профессионального образования специальности 42.02.01 Реклама является защита выпускной квалификационной работы.

Вид государственной итоговой аттестации:

Выпускная квалификационная работа выполняется в виде дипломной работы.

Выпускная квалификационная работа способствует систематизации и закреплению знаний выпускника по специальности при решении конкретных задач, а также выяснению уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе.

Выпускная квалификационная работа является самостоятельной работой студента, на основании которой государственная экзаменационная комиссия решает вопрос о присвоении студенту квалификации.

2.2 Этапы, объем времени и сроки проведения государственной итоговой аттестации

Объем времени, отводимый на государственную итоговую аттестацию, согласно рабочему учебному плану и годовому календарному графику учебного процесса на 2017-2018 учебный год:

Всего - 6 недель при очной форме обучения:

- Подготовка к защите выпускной квалификационной работы - 4 недели,
- Защита выпускной квалификационной работы - 2 недели.

Распределение времени на подготовку и проведение ГИА представлено в таблице 1:

Таблица 1 Распределение времени на подготовку и проведение ГИА

№	Этапы подготовки и проведения ГИА	Объем времени в неделях*	Сроки проведения*
1.	Подготовка к защите ВКР (дипломная работа) Оценка качества выполнения ВКР: - написание отзыва и подписи консультантов; -рецензирование	4 недели	
2.	Защита ВКР	2 недели	
*указано в соответствии с годовым календарным учебным графиком учебного процесса			

Расписание проведения государственной итоговой аттестации выпускников утверждается директором колледжа и доводится до сведения студентов не позднее, чем за две недели до начала работы государственной экзаменационной комиссии.

2.3 Содержание государственной итоговой аттестации

2.3.1. Разработка тематики выпускной квалификационной работы

Темы выпускных квалификационных работ разрабатываются преподавателями колледжа совместно со специалистами предприятий или организаций, заинтересованных в разработке данных тем, рассматриваются методической комиссией специальности, согласовывается с работодателем, после предварительного положительного заключения работодателей утверждается директором колледжа.

Выпускные квалификационные работы специальности 42.02.01 Реклама являются работами исследовательского характера, имеют практико-ориентированную направленность и соответствуют содержанию одного или нескольких профессиональных модулей:

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

ПМ.02 Производство рекламной продукции

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Тематика ВКР позволяет наиболее полно оценить уровень и качество подготовки выпускника в ходе решения и защиты им комплекса взаимосвязанных управленческих, организационных, правовых вопросов по разработке, созданию и производстве рекламной продукции. При этом необходимо учесть, что тематика дипломных работ должна быть актуальной, иметь практическую значимость, быть результатом собственных размышлений и идей студентов, возникших на основе личных наблюдений на учебной и производственной практике, изучения теории и специальных изданий.

Тематика дипломного проектирования должна соответствовать современному уровню развития науки, техники, производства.

Для проведения аттестационных испытаний выпускников 2018 года по специальности 42.02.01 Реклама устанавливается общая тематика выпускных квалификационных работ по следующим направлениям:

- 1.Художественное проектирование рекламного продукта
- 2.Разработка творческой концепции рекламного продукта
- 3.Выполнение рекламных проектов в материале
- 4.Проектная компьютерная графика и мультимедиа
- 5.Техника и технологии рекламной фотографии
- 6.Техника и технология рекламного видео
- 7.Маркетинг в рекламе
- 8.Правовое обеспечение рекламной деятельности
- 9.Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

Выпускная квалификационная работа выполняется, как правило, индивидуально одним студентом.

Индивидуальная тематика разрабатывается и предлагается преподавателями комиссии специальности 42.02.01 Реклама совместно с руководителями выпускных квалификационных работ.

В отдельных случаях допускается выполнение выпускной квалификационной работы группой студентов. При этом индивидуальные задания выдаются каждому студенту.

Выпускнику предоставляется право выбора темы дипломной работы из предложенного перечня тем, рассмотренных на заседании цикловой комиссии, согласованных с заместителем директора по учебной работе, одобренных на заседании педагогического совета, работодателем и утвержденных директором колледжа. Выпускник имеет право предложить на согласование собственную тему дипломной работы, предварительно согласованную с работодателем.

Тематика выпускных квалификационных работ выпускников 2017 года специальности 42.02.01 Реклама приводится в Приложении 1.

2.3.2. Структура выпускной квалификационной работы

Структура выпускной квалификационной работы определяется руководителем ВКР в зависимости от темы дипломной работы, рассматривается методической комиссией, приводится в задании, выдаваемом выпускнику на дипломную работу. Пример структуры приводится в таблице 2.

Оптимальная структура выпускной квалификационной работы: две главы по три параграфа в каждой или три главы по два параграфа в каждой. Объем проблемно-аналитической части должен быть пропорционален теоретической части, но не менее двух и не более трех параграфов. Содержание теоретической, проблемно-аналитической и практической части определяются в зависимости от темы дипломной работы.

Таблица 2 Структура выпускной квалификационной работы

№ п/п	Состав ВКР	Объем	Состояние и структура ВКР
1	Дипломная работа	50-60 страниц Машинописного текста(без приложений)	Титульный лист; Содержание; Введение; Теоретическая часть; Проблемно-аналитическая часть; Практическая часть; Заключение; Список использованной литературы и источников
2	Приложение	Не менее 3-х приложений. Оформляются при необходимости, исходя из специфики работы	Представление принятых в дипломной работе решений в виде диаграмм, таблиц, графиков, схем, нормативных документов, схем: 1. Диаграмма; 2. Таблица; 3. График; 4. Схема; 5. и т.д.

Структура выпускной квалификационной работы:

- 1) титульный лист;
- 2) содержание;
- 3) введение, где следует кратко обосновать актуальность выбранной темы, четко сформулировать цель и основные задачи выпускной

квалификационной работы, описать предмет и объект исследования, определяется теоретическая и методологическая основа выпускной квалификационной работы. Следует указать используемые методы анализа, назвать основные группы информационных источников. Может приводиться краткая характеристика организации, на базе которой проводится исследование по данной проблеме. Кроме того, во введении необходимо раскрыть структуру выпускной квалификационной работы;

4) теоретико-методологическая часть посвящается теоретическим аспектам темы ВКР. Рассматриваются базовые понятия и категории, исследуется история вопроса. Необходимо описать методологию исследования, рассмотреть научные подходы к решению исследуемой проблемы. Для этого целесообразно провести обзор литературы (отечественной и зарубежной) по методологии и методам решения задач дипломной работы. При этом высоко оценивается умение автора систематизировать, классифицировать и анализировать существующие точки зрения различных авторов по теме исследования. Особое внимание в первой главе должно быть уделено методическому инструментарию, который может быть использован для решения исследуемой проблемы;

5) проблемно-аналитическая часть содержит аналитический материал, характеризующий предмет исследования со следующих позиций: актуальных тенденций и проблем, характерных для современного состояния предмета исследования; допускается рассмотрение вопросов о результативности и эффективности развития предмета исследования, исследование подходов к практическому решению задач совершенствования (реформирования) предмета исследования;

б) практическая часть, где представлены расчеты, продукты творческой деятельности в соответствии со специальностью, даны расчеты экономической эффективности, выводы и рекомендации относительно возможностей применения полученных результатов. В результате

теоретического и проблемно-аналитического изучения объекта и предмета дипломного исследования должна быть представлена и реализована авторская идея, сформулированная на основе, поставленной во введении дипломной работы цели исследования. Эта глава, как правило, имеет прикладной характер. Особое внимание в третьей главе должно быть уделено предложениям и рекомендациям по совершенствованию (модернизации, развитию, внедрению) практики рекламной деятельности, (технологий, методов, инструментов и пр.). Авторские предложения должны быть аргументированы соответствующим материалом (таблицы, схемы, диаграммы):

7) заключение представляет собой итог – обобщение проведенной работы, где в наиболее общем виде излагаются выводы по теоретической и практической части работы, раскрываются результаты практического изучения и рассмотрения темы выпускной квалификационной работы;

8) список использованной литературы и источников;

9) приложения (не являются обязательной частью, оформляются при необходимости, исходя из специфики работы);

10) документы о внедрении результатов дипломной работы на предприятия (не являются обязательной частью, включаются в дипломную работу по усмотрению исполнителя).

Структура выпускной квалификационной работы может быть представлена и в ином варианте в соответствии с заданием руководителя ВКР.

Перечень графических материалов и содержание основной части ВКР зависит от тематики ВКР, определяется руководителем ВКР и указывается в бланке задания на ВКР.

Варианты структуры выпускной квалификационной работы представлены в таблице 3:

Таблица 3 - Примерное соотношение частей ВКР,:

Первый вариант	Кол –
----------------	-------

	во страниц
Введение	– 1-2 стр.
Теоретическая часть	– 15-20 стр.
Проблемно-аналитическая часть	– 15-23 стр.
Практическая часть	– 15-20 стр.
Заключение	– 2-3стр.
Список использованной литературы и источников	– 2 стр.
Итого:	– 50-70 стр.
Второй вариант	
Введение	– 1-2 стр.
Теоретическая часть	– 22-31 стр.
Практическая часть	– 23-32 стр.
Заключение	– 2-3стр.
Список использованной литературы и источников	– 2 стр.
Итого:	– 50-70 стр.

Требования к учебно-методической документации: наличие методических рекомендаций к выполнению выпускных квалификационных работ.

Требования к оформлению выпускной квалификационной работы отражены в Методических рекомендациях по подготовке и защите дипломных работ.

2.3.3. Требования к организации выполнения выпускной квалификационной работы

Для подготовки выпускной квалификационной работы студенту назначается руководитель и, при необходимости, консультанты по отдельным частям (вопросам) дипломной работы. Одновременно руководитель сопровождает не более 8 тем.

Закрепление за студентами тем выпускных квалификационных работ, назначение руководителей и консультантов осуществляется приказом директора колледжа.

Задания, выдаваемые выпускникам для выполнения ВКР, рассматриваются методической комиссией, подписываются руководителем ВКР, студентом и утверждаются заместителем директора по учебной работе.

Задания на выпускную квалификационную работу выдаются студентам не позднее, чем за две недели до начала преддипломной практики.

Задания на выпускную квалификационную работу сопровождаются консультацией руководителя, в ходе которой разъясняются назначение и задачи, структура и объем работы, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей выпускной квалификационной работы.

Основными функциями руководителя выпускной квалификационной работы являются:

- разработка индивидуальных заданий;
- консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения выпускной квалификационной работы (назначение и задачи, структура и объем работы, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей выпускной квалификационной работы);
- контроль этапов выполнения выпускной квалификационной работы;
- оказание помощи студенту в подборе необходимой литературы;
- подготовка письменного отзыва на выпускную квалификационную работу.

Основными функциями консультанта выпускной квалификационной работы являются:

- разработка индивидуального задания в части содержания консультируемого вопроса;
- оказание помощи студенту в подборе необходимой литературы в части содержания консультируемого вопроса;

– контроль этапов выполнения выпускной квалификационной работы в части содержания консультируемого вопроса.

Отзыв руководителя на выпускную квалификационную работу должен содержать:

- заключение по выбору разработанной темы в части актуальности и новизны;
- оценка практической значимости работы;
- характеристика отношения студента к процессу выполнения выпускной работы;
- выводы по качеству выполненной работы;
- замечания по нормоконтролю;
- оценка в целом выпускной работы;
- рекомендации по присвоению квалификации.

Общее руководство и контроль за ходом выполнения выпускных квалификационных работ осуществляют заместитель директора по учебной работе, заведующий отделением, председатель методической комиссии.

По завершении выполнения студентом выпускной квалификационной работы студент подписывает ВКР у консультантов и передает руководителю. Руководитель дает письменный отзыв на работу, в котором должна содержаться рекомендация о допуске ее к защите.

При отрицательном отзыве руководителя вопрос о допуске выпускной квалификационной работы к защите рассматривается на заседании МК(С) с участием руководителя, студента, заведующего отделением. Выписка из протокола заседания по данному вопросу представляется на Отделение.

За 7 дней до защиты ВКР сдается заведующему отделением для передачи на рецензию.

Рецензия должна включать:

- заключение о соответствии содержания выпускной квалификационной работы заявленной теме;

- оценку качества выполнения разделов выпускной квалификационной работы;
- оценку степени разработки поставленных вопросов, теоретической и практической значимости работы;
- оценку выпускной квалификационной работы.

Рецензия должна быть подписана, заверена гербовой (или приравненной к ней) печатью, и приложена к работе. Дата подписи рецензентом дипломной работы – не позднее, чем за три дня до защиты дипломной работы.

Прорецензированная и полностью оформленная выпускная квалификационная работа сдается заведующему отделением. Работа сдается в 1 экземпляре: на бумагоносителе, с соответствующими подписями (студента, руководителя, рецензента, консультанта), в работу вкладываются (но не сшиваются): задание, отзыв руководителя и рецензия. В работу вкладывается также подписанный экземпляр на электронном носителе.

Содержание рецензии доводится до сведения студента не позднее, чем за день до защиты выпускной квалификационной работы.

Внесение изменений в выпускную квалификационную работу после получения рецензии не допускается.

Заведующий отделением за 3 дня до начала государственной итоговой аттестации передает работу на утверждение и решение вопроса о допуске к защите заместителю директора по учебной работе.

Допуск выпускника к защите ВКР осуществляется путем издания приказа директора колледжа.

Примечание: формы бланков отзыва, рецензии представлены в методических рекомендациях по подготовке и защите дипломных работ студентов специальности 42.02.01 Реклама.

3. Условия реализации программы государственной итоговой аттестации

3.1. Требования к организации защиты выпускной квалификационной работы

Для проведения ГИА создается Государственная экзаменационная комиссия в порядке, предусмотренном нормативными документами Министерства науки и образования Российской Федерации, СГТУ имени Гагарина Ю.А., Положением о государственной итоговой аттестации выпускников Профессионально-педагогического колледжа.

На заседании государственной экзаменационной комиссии представляются следующие документы:

- стандарт специальности;
- программа государственной итоговой аттестации;
- приказ о составе государственной экзаменационной комиссии;
- приказ об организации государственной итоговой аттестации выпускников 2018 года;
- приказ об утверждении тематики выпускных квалификационных работ по специальности;
- приказ о допуске студентов к государственной итоговой аттестации;
- сводная ведомость результатов освоения основной профессиональной образовательной программы выпускниками по специальности;
- зачетные книжки студентов;
- выполненные выпускные квалификационные работы студентов.
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования от 16 августа 2013 г. № 968
- Положение о государственной итоговой аттестации студентов Профессионально -педагогического колледжа федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего

профессионального образования «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.», принято на Совете Профессионально – педагогического колледжа СГТУ имени Гагарина Ю.А., протокол № 1 от 02.09.2013 года, утверждено 02.09.2013 года

Защита выпускной квалификационной работы происходит на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии по защите выпускных квалификационных работ с участием не менее двух третей ее состава.

Процедура защиты включает доклад студента (не более 7-10- минут), чтение отзыва и рецензии, вопросы членов комиссии, ответы студента. Может быть предусмотрено выступление руководителя выпускной квалификационной работы, а также рецензента, если он присутствует на заседании Государственной экзаменационной комиссии.

Результаты любой из форм государственной итоговой аттестации, определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно" и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний государственных экзаменационных комиссий.

Решение государственной экзаменационной комиссии принимается на закрытом заседании простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном числе голосов голос председательствующего на заседании государственной экзаменационной комиссии является решающим.

Решение государственной экзаменационной комиссии оформляется протоколом, который подписывается председателем государственной экзаменационной комиссии (в случае отсутствия председателя - его заместителем), всеми членами секретарем государственной экзаменационной комиссии и хранится в архиве колледжа. В протоколе

фиксируются:

- итоговая оценка выпускной квалификационной работы,
- вопросы,
- особое мнение членов комиссии,
- присуждение квалификации.

Студенты, не прошедшие государственной итоговой аттестации или получившие на государственной итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, проходят государственную итоговую аттестацию не ранее чем через шесть месяцев после прохождения государственной итоговой аттестации впервые.

Для прохождения государственной итоговой аттестации лицо, не прошедшее государственную итоговую аттестацию по неуважительной причине или получившее на государственной итоговой аттестации неудовлетворительную оценку, восстанавливается в колледж на период времени, установленный колледжем самостоятельно, но не менее предусмотренного календарным учебным графиком для прохождения государственной итоговой аттестации соответствующей образовательной программы.

Повторное прохождение государственной итоговой аттестации для одного лица назначается колледжем не более двух раз.

Лицам, не проходившим государственной итоговой аттестации по уважительной причине, предоставляется возможность пройти государственную итоговую аттестацию без отчисления из колледжа.

Дополнительные заседания государственных экзаменационных комиссий организуются в установленные колледжем сроки, но не позднее четырех месяцев после подачи заявления лицом, не проходившим государственной итоговой аттестации по уважительной причине.

Студенту, получившему оценку «неудовлетворительно» при защите выпускной квалификационной работы, выдается академическая справка

установленного образца. Академическая справка обменивается на диплом в соответствии с решением Государственной экзаменационной комиссии после успешной защиты студентом выпускной квалификационной работы, но не ранее чем через один год.

После окончания государственной итоговой аттестации государственная экзаменационная комиссия составляет ежегодный отчет о работе, который обсуждается на педагогическом совете колледжа. Отчет представляется в ФГБОУ СГТУ имени Гагарина Ю.А в двухнедельный срок после завершения государственной итоговой аттестации (см. Приложение к Положению о ГИА). В отчете должна быть отражена следующая информация:

- состав государственной экзаменационной комиссии;
- вид государственной итоговой аттестации студентов по основной профессиональной программе;
- характеристика общего уровня подготовки студентов по данной специальности;
- количество дипломов с отличием;
- анализ результатов по государственной итоговой аттестации;
- недостатки в подготовке студентов по данной специальности;
- выводы и предложения.

3.2 Требования к уровню квалификации кадрового состава ГИА

Требования к квалификации педагогических кадров:

1. руководители выпускных квалификационных работ (ВКР), из числа заинтересованных руководителей и ведущих специалистов базовых предприятий, организаций и преподавателей колледжа, ведущих дисциплины профессионального цикла и профессиональные модули специальности 42.02.01 Реклама;

2. консультанты по отдельным частям, вопросам ВКР, из числа преподавателей образовательной организации и специалистов предприятий, организаций, глубоко владеющих спецификой вопроса;
3. нормоконтролеры, из числа преподавателей образовательной организации, хорошо владеющих вопросами нормоконтроля или представители работодателей, социальных партнеров;
4. рецензенты из числа высококвалифицированных специалистов, имеющих производственную специализацию и опыт работы в области рекламной деятельности.

Рецензентами могут быть преподаватели других колледжей и вузов, сотрудники научных учреждений, имеющие ученую степень или ученое звание и работающие в области рекламной деятельности.

Государственная экзаменационная комиссия (ГЭК) формируется из преподавателей образовательной организации, имеющих высшую или первую квалификационную категорию; лиц, приглашенных из сторонних организаций: преподавателей имеющих высшую или первую квалификационную категорию, представителей работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников.

Председателем государственной экзаменационной комиссии образовательной организации утверждается лицо, не работающее в образовательной организации, из числа:

- руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющих ученую степень и (или) ученое звание;
- руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющих высшую квалификационную категорию;

- ведущих специалистов - представителей работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников.

Кандидатура председателя ГЭК утверждается приказом Министерства образования РФ не позднее 20 декабря текущего года на следующий календарный год (с 1 января по 31 декабря), состав ГЭК по специальности утверждается приказом руководителя образовательной организации. Руководители ВКР, нормоконтролеры, рецензенты, консультанты по отдельным частям, вопросам ВКР также утверждаются приказом руководителя образовательной организации.

4. Оценка результатов государственной итоговой аттестации

Критерии оценки уровня и качества подготовки выпускника определяются МК Социально –экономических дисциплин в зависимости от вида и формы проведения государственной итоговой аттестации.

При определении итоговой оценки по защите выпускной квалификационной работы учитываются:

- доклад выпускника по каждому разделу выпускной работы;
- ответы на вопросы;
- оценка рецензента;
- отзыв руководителя.

Учитываются также критерии, представленные в таблице 4:

Таблица 4 - Критерии оценки защиты дипломной работы:

Критерии оценки	Процентное соотношение	Оценка
Культура, четкость, обоснованность, краткость, логика изложения доклада, ответы на вопросы, отзыв руководителя, оценка рецензента, использование при защите ТСО, компьютерных и информационных технологий. В работе на основе глубоких знаний даётся самостоятельный анализ фактического материала, содержатся элементы научного	90-100	«отлично»

творчества, делаются самостоятельные выводы, демонстрируется умение использовать научные источники, отражено знание научной и учебной литературы по теме исследования, способность разрабатывать практические рекомендации.		
Обоснованность изложения доклада, ответы на вопросы, отзыв руководителя, оценка рецензента, использование при защите ТСО, компьютерных и информационных технологий. Работа выполнена на высоком теоретическом уровне, демонстрирует полное и всестороннее освещение вопросов темы, умение правильно решать проблемные ситуации, но не отличается должной степенью творческого подхода к теме и практической значимостью. Допускаются незначительные ошибки и неточности.	75-89	«хорошо»
Содержание, отзыв руководителя, оценка рецензента, использование при защите ТСО. В работе правильно освещаются вопросы темы, но не проявилось логически стройного изложения материала, слабая самостоятельная проработанность литературы, рассмотрения проблемы и совокупности всех её аспектов. Допускаются определенные ошибки и неточности.	61-74	«удовлетворительно»
Студент не может ответить на замечания рецензента, объяснить выводы и теоретические положения темы, не владеет материалом работы. Студент не усвоил в полном объёме теоретические или практические основы курса дисциплины, связанные с темой дипломного исследования.	до 60	«неудовлетворительно»

Председатель МК

Социально-экономических дисциплин _____ О.В.Бобровицкая

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Тематика выпускных квалификационных работ специальности 42.02.01 Реклама

Таблица 5 Тематика выпускных квалификационных работ специальности 42.02.01 Реклама

№ темы	Наименование темы выпускной квалификационной работы	Наименование профессиональных модулей, отражаемых в работе
1	Совершенствование управления рекламным агентством (на примере.....).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
2	Совершенствование выставочной деятельности организации (на примере.....)	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
3	Разработка креативного решения выставочной деятельности (на примере.....)	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
4	Совершенствование рекламного менеджмента на основе новых коммуникационных технологий (на примере.....)	ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
5	Брендинг в аспекте тенденций современного социально-экономического развития.	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
6	Маркетинговые исследования в рекламных и PR компаниях.	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

		<p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
7	Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
8	Выполнение рекламного проекта в материале.	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
9	Разработка и создание рекламной продукции с использованием проектной компьютерной графики и мультимедиа.	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
10	Технология и создание печатного рекламного продукта.	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
11	Технология и создание рекламного видео.	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p>
12	Роль маркетинга в современной деятельности рекламной организации.	<p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление</p>

		процессом изготовления рекламного продукта
13	Правовое регулирование рекламной деятельности.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
14	Совершенствование организации и управления изготовлением рекламного продукта.	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
15	Разработка бюджета рекламной кампании.	ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
16	Состояние и тенденции мирового рынка рекламы.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
17	Специфика рекламирования и медиапланирования в сети интернет.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
18	Роль и проблемы креатива в рекламном творчестве.	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
19	Формирование рекламных стратегий с учетом психологии потребителя.	ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
20	Проблемы эффективности рекламной компании в прессе.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

21	Маркетинговый анализ выставки (на примере.....).	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
22	Определение эффективности маркетинговых коммуникаций (на примере.....).	ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
23	Проблемы эффективности рекламной кампании в рамках выставки.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
24	Маркетинговое исследование как инструмент анализа и планирования деятельности организации.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
25	Исследование рынка для совершенствования качества товаров и услуг организации.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
26	Создание и управление системой сбора информации и исследований на предприятии, в организации (на конкретном примере).	ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
27	Анализ и совершенствование ассортиментной политики предприятия на рынке (на примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
28	Совершенствование маркетинговых технологий продвижения продукции в Интернет среде.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
29	Разработка (или совершенствование) деятельности в сфере сетевого маркетинга (на примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое

		обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
30	Разработка стратегии брендинга компании, продукции, услуг (на примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
31	Планирование и проведение рекламной кампании (на примере)	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
32	Формирование рекламной стратегии фирмы на конкурентном рынке (на конкретном примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
33	Разработка и обоснование медиа-плана организации (на конкретном примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
34	Рекламное обеспечение создания товарного бренда (на конкретном примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
35	Рекламное обеспечение продвижения бренда (на конкретном примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного

		продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
36	Исследование воздействия на покупательское поведение различных видов рекламы (на примере продвижения конкретного товара).	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
37	Исследование особенностей рекламной деятельности на рынке услуг (на примере конкретного рынка, отрасли, сферы деятельности)	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
38	Разработка коммуникационной стратегии предприятия на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций (на конкретном примере).	ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
39	Разработка, планирование и реализация рекламной кампании (на конкретном примере).	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
40	Совершенствование управления рекламной кампанией предприятия, организации (на конкретном примере).	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
41	Совершенствование управления рекламным бизнесом в агентствах, консалтинговых компаниях (на конкретном примере).	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
42	Совершенствование рекламного менеджмента на основе новых коммуникационных технологий (ATL, Интернет, наружная, транспортная реклама, BTL на конкретном примере предприятия, организации).	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
43	Совершенствование системы рекламного менеджмента на основе развития PR на предприятии, в организации (на конкретном примере).	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
44	Совершенствование управления выставочной деятельностью предприятия, организации (на конкретном примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
45	Анализ и совершенствование выставочной, ярмарочной деятельности организации (на конкретном примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

		<p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
46	Разработка и использование презентаций продукции, организации, предприятия (на конкретном примере).	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p>
47	Особенности организации управления рекламными коммуникациями в некоммерческой организации (на конкретном примере).	<p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
48	Разработка рекламной стратегии перепозиционирования продукции или бренда на рынке (на конкретном примере).	<p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p>
49	Использовании результатов исследований маркетинговой среды компании при формировании рекламной стратегии (на конкретном примере).	<p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p>
50	Политическая реклама и её использование в политических технологиях (на конкретном примере).	<p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p>
51	Разработка предложений по визуальному представлению рекламы: афиша, витрина, вывеска (на конкретном примере).	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
52	Совершенствование использования POS-материалов в торговой рекламе. (на конкретном примере).	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</p>
53	Особенности и направления использования productplacement в современном рекламном деле (на конкретном примере).	<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного</p>

		продукта
54	Организация рекламной кампании на основе поисковых систем в Интернете (на конкретном примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
55	Разработка креативной составляющей при организации рекламной кампании.	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
56	Разработка программы «EventMarketing» (событийного маркетинга) как средства продвижения марки (на конкретном примере).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта