

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
(ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

для специальности
42.02.01 Реклама
квалификация выпускника – специалист по рекламе
базовой подготовки

**Москва
2023**

Фонд оценочных средств программы государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации) разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26.06.2014, регистрационный № 32859).

РАССМОТРЕНО:

на заседании предметной (цикловой) комиссией профессионального учебного цикла.
Протокол № __ от «__» _____ 202_ г.

РАССМОТРЕНО:

на заседании Педагогического совета с участием. председателя ГЭК
Протокол № __ от «__» _____ 202_ г.

СОГЛАСОВАНО с представителем работодателя

ООО « _____ » _____

(наименование предприятия, организации)

(ФИО, должность)

(подпись, печать)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В соответствии со ст. 59 Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» государственная итоговая аттестация представляет собой форму оценки степени и уровня освоения обучающимися образовательной программы. Государственная итоговая аттестация (итоговая аттестация) проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки обучающихся.

Итоговая аттестация (далее - ИА) выпускников проводится в Университете по программам подготовки специалистов среднего звена, не имеющим государственной аккредитации.

Программа итоговой аттестации определяет порядок проведения (ИА) по специальности 42.02.01 Реклама является обязательной процедурой для выпускников в части оценки качества освоения программы подготовки специалистов среднего звена, завершающих освоение программы.

Программа итоговой аттестации выпускников по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама (далее – Программа) представляет собой совокупность требований к подготовке и проведению итоговой аттестации.

Итоговая аттестация проводится итоговой экзаменационной комиссией (ИЭК) в целях установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия результатов освоения им программы среднего профессионального образования требованиям федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования соответствующим требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, в т. ч. уровень освоения общих и профессиональных компетенций.

К итоговой аттестации допускается студент, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по осваиваемой ППССЗ, разработанной Университетом в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Итоговая аттестация выпускников не может быть заменена оценкой уровня их подготовки на основе текущего контроля успеваемости и результатов промежуточной аттестации.

Итоговая аттестация проводится в сроки, установленные календарным учебным графиком, входящим в состав соответствующей образовательной программы. Сроки определяются в соответствии с требованиями стандартов и действующими нормативно-правовыми документами.

При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в итоговую аттестацию, выпускнику присваивается соответствующая квалификация и выдается диплом о среднем профессиональном образовании установленного образовательной организацией образца.

После прохождения процедуры государственной аккредитации, лицо, завершившее обучение и получившее диплом о среднем профессиональном образовании и о квалификации установленного Университетом образца, имеет право на прохождение государственной итоговой аттестации в установленном порядке.

Программа разработана на основе законодательства Российской Федерации и соответствующих типовых положений Министерства образования и науки Российской Федерации:

- Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 июня 2013 г. № 464 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» / Приказа Министерства просвещения РФ от 24 августа 2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказа Министерства просвещения РФ от 08.11.2021 N 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования», зарегистрирован в Минюсте России 07.12.2021 N 66211;
- ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерством образования и науки РФ № 510 от 12.05.2014 г. (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 г., регистрационный N 32859).
- Положением о государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации) выпускников, освоивших образовательные программы среднего профессионального образования в Автономной некоммерческой организации высшего образования «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ».

Программа разрабатывается и доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за шесть месяцев до начала итоговой аттестации.

В Программе используются следующие сокращения:

ВКР - выпускная квалификационная работа

ДП – дипломный проект (работа)

ГИА - государственная итоговая аттестация

ИА - итоговая аттестация (для образовательных программ, не проходивших процедуру государственной аккредитации)

ГЭК - государственная экзаменационная комиссия

ОК - общие компетенции

ПК - профессиональные компетенции

ФГОС СПО - федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования

2. ТРЕБОВАНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА СПО

2.1. Специальность среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама

2.2. Наименование квалификации

Специалист по рекламе

2.3. Уровень подготовки

Базовая подготовка

2.4. Срок получения среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена

2 года 10 месяцев – на базе среднего общего образования (очная форма обучения);

2.5. Итоговые образовательные результаты по программе подготовки специалистов среднего звена

В результате освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама выпускник 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.

Специалист по рекламе (базовой подготовки), освоивший образовательную программу, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

ВД 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.

ВД 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.

ВД 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.

ВД 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.

Воспитание обучающихся при освоении ими образовательной программы осуществляется на основе включаемых в образовательную программу рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы:

Требования к формированию личностных результатов

<p align="center">Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)</p>	<p align="center">Код личностных результатов реализации программы воспитания</p>
<p>Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе и современном мировом сообществе. Сознательный свое единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве</p>	<p align="center">ЛР 1</p>
<p>Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками</p>	<p align="center">ЛР 2</p>
<p>Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней</p>	<p align="center">ЛР 3</p>
<p>Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»</p>	<p align="center">ЛР 4</p>
<p>Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России,</p>	<p align="center">ЛР 5</p>

к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права	
Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации	ЛР 6
Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение	ЛР 8
Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных наклонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде	ЛР 9
Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике	ЛР 11
Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	ЛР 12
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями	

к деловым качествам личности	
Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности	ЛР 13
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость	ЛР 14
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	ЛР 15
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)	
Демонстрирующий профессиональные умения и навыки, проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности; возможности реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем; Способный продуктивно и добросовестно трудиться, и реализовать свой личностный потенциал в профессиональной деятельности. Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности.	ЛР 16
Мотивированный к самообразованию и развитию. Признающий ценность образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности. Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику, сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению.	ЛР 17
Проявляющий культуру потребления информации, умение и навыки пользования компьютерной техникой и специализированными программами; навыки отбора и критического анализа информации, умение ориентироваться в информационном пространстве (в том числе в сетевом)	ЛР 18
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса (при наличии)	
Проявляющий сознательное отношение к труду; добросовестность и ответственность за результат учебной деятельности; демонстрирующий интерес к будущей профессии; демонстрирующий навыки здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся	ЛР 19
Проявляющий мировоззренческие установки на отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся	ЛР 20
Демонстрирующий интерес к участию и проведению мероприятий культурно-спортивной направленности (концерты, конкурсы, соревнования, фестивали, экскурсии, выставки и т.д.)	ЛР 21

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.1. Форма итоговой аттестации

Итоговая аттестация включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы (дипломная работа, дипломный проект).

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

В соответствии с требованием ФГОС СПО тематика выпускной квалификационной работы (ВКР) соответствует профессиональным модулям:

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 производства рекламного продукта.

(Приложение 1)

Форма итоговой аттестации в соответствии с ФГОС СПО	Защита выпускной квалификационной работы
Вид выпускной квалификационной работы	Дипломный проект
Объем времени на подготовку и проведение итоговой аттестации	Подготовка 4 недели Проведение 2 недели
Сроки подготовки и проведения итоговой аттестации	– подготовка с «18» мая 2021 г. по «14» июня 202_ г. – проведение с «15» июня по «28» июня 202_ г. в соответствии с расписанием ГИА.

3.2. Требования к подготовке и проведению итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена

Лицам, не проходившим ГИА (ИА) по уважительной причине, предоставляется возможность пройти ГИА (ИА) без отчисления из образовательной организации.

Дополнительные заседания ИЭК для лиц, не проходивших ИА по уважительной причине, организуются в установленные образовательной организацией сроки, но не позднее 4 месяцев после подачи заявления.

Лицам, не прошедшим ГИА (ИА) или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть образовательной программы среднего профессионального образования и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому образовательной организацией.

Обучающиеся, не прошедшие ГИА (ИА) или получившие на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, проходят ГИА (ИА) не ранее чем через 6 месяцев после прохождения ИА впервые.

Повторное прохождение ГИА (ИА) не может быть назначено образовательной организацией для одного лица более двух раз.

3.3. Кадровое обеспечение подготовки и проведения итоговой аттестации

Для подготовки ВКР студенту назначается руководитель и, при необходимости, консультант.

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

Руководитель выпускной квалификационной работы назначается из числа преподавателей.

3.4. Документационное обеспечение подготовки и проведения итоговой аттестации

- 1) Положение о проведении государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации)
- 2) Программа итоговой аттестации выпускников по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.
- 3) Методические указания по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для студентов образовательной организации
- 4) Индивидуальные задания на выполнение выпускной квалификационной работы
- 5) Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный Приказом Минобрнауки России № 510 от 12.05.2014 г.
- 6) Распорядительный акт об утверждении председателя итоговой экзаменационной комиссии.
- 7) Распорядительный акт ММУ о составе итоговой экзаменационной комиссии, апелляционной комиссии.
- 8) Распорядительный акт ММУ о допуске обучающихся к итоговой аттестации.
- 9) Протоколы заседаний итоговой экзаменационной комиссии.

3.5. Допуск к ГИА (ИА)

К итоговой аттестации допускается студент, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по осваиваемой образовательной программе среднего профессионального образования.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

4.1. Требования к тематике выпускной квалификационной работы

Примерная тематика выпускных квалификационных работ (далее - дипломный проект, дипломная работа, ДП) разрабатываются преподавателями университета совместно со специалистами предприятий и организаций. Темы дипломного проекта должны отвечать современным требованиям развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

Обучающемуся предоставляется право:

- выбора темы выпускной квалификационной работы из предложенных в Программе итоговой аттестации,
- предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения.

Тематика выпускной квалификационной работы должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования.

Закрепление за обучающимися тем выпускных квалификационных работ осуществляется приказом по Университету.

Обязательное требование – соответствие темы ДП содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Задачи, которые необходимо решить выпускнику при написании ДП:

- теоретически обосновать и раскрыть сущность проблем, а также пути их решения;
- правильно использовать законодательные, нормативные и инструктивные документы, а также проанализировать учебную литературу и периодические издания, с целью дальнейшего использования результатов анализа в ДП;
- показать умение систематизировать и обобщать данные статистических сборников, синтетического и аналитического учета, финансовой отчетности; производить расчеты;
- применять полученные теоретические знания для решения конкретных практических задач по исследуемой теме.

Тема ДП выбирается обучающимся самостоятельно из списка утвержденных тем. По согласованию с руководителем, обучающийся вправе предложить тему, не включенную в перечень тем или несколько изменить редакцию предложенной темы. Практическая часть ДП выполняется по материалам пройденной практики. В период прохождения практики обучающийся должен сформировать практическую часть ДП.

4.2. Непосредственное руководство ДП осуществляет руководитель, назначаемый из числа профессорско-преподавательского состава колледжа.

В обязанности руководителя входит:

- утверждение задания ДП;
- консультирование обучающегося по подбору дополнительной литературы и источников фактического материала;
- содействие в выборе методики исследования;
- осуществление контроля за ходом выполнения ДП в соответствии с графиком ее выполнения, полученным в деканате;
- информирование заведующего кафедры о соблюдении обучающимся графика выполнения ДП и заполнение графика;
- утверждение обучающемуся презентации, доклада для защиты ДП и раздаточного материала;
- контроль за результатом проверки ДП в системе «Антиплагиат»;
- подготовка и выдача обучающемуся письменного отзыва на ДП с указанием предварительной оценки;
- контроль за выполнением требований по оформлению ДП.

Требования к структуре ДП и требования к оформлению работы подробно изложены в Методических указаниях по написанию дипломного проекта (работы).

4.3. Для специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки дипломный проект имеет следующую структуру:

- титульный лист;
- индивидуальное задание, утвержденное для дипломного проекта;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

4.4. Каждый элемент структуры дипломного проекта имеет свои характеристики:

Титульный лист

Как правило, титульный лист учитывается в общем количестве страниц, но не нумеруется.

Задание, утвержденное для дипломного проекта.

Представлено типовым бланком, на котором указывается сформулированное задание к дипломному проекту. Задание может включать перечень разделов работы с конкретными сроками их выполнения.

Содержание

Содержанием дипломного проекта является перечень структурных составляющих с указанными номерами страниц, с которых начинается соответствующий структурный элемент проекта.

Введение

Во введении раскрывается актуальность выбранной темы и обозначаются проблемы, связанные с ней. Здесь дается формулировка рассматриваемой проблемы, определение ее временных, территориальных и организационных границ. Далее следует формирование целей и задач дипломного проекта, объект и предмет ДП, указание методов исследования степени освещенности в литературе проблемы исследования.

После раздела «Введение» в ДП может быть включен список сокращений, представляющий собой перечень использованных в работе аббревиатур и сокращений, с их полной расшифровкой (за исключением общепринятых) в алфавитном порядке.

Основная часть

Основная часть ВКР включает главы в соответствии с логической структурой изложения и, содержит две главы.

Первая глава посвящается теоретическим аспектам изучаемого объекта и предмета ВКР. В ней содержится обзор используемых источников информации, нормативной базы по теме ВКР. В этой главе могут найти место статистические данные, построенные в таблицы и графики.

Вторая глава посвящается анализу практического материала, полученного во время производственной практики (преддипломной), разработке и проведению рекламной кампании.

В этой главе может содержаться:

анализ конкретного материала по выбранной теме;

описание выявленных проблем и тенденций развития объекта и предмета изучения на основе анализа конкретного материала по выбранной теме;

описание способов решения выявленных проблем.

описание поэтапной разработки рекламных продуктов. оригинал-макеты готовых рекламных продуктов.

Заключение

Завершающей частью ВКР является заключение, которое содержит выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрывает значимость полученных результатов. Заключение не должно составлять более 3 страниц текста.

Заключение лежит в основе доклада студента на защите.

Список использованных источников

Список использованных литературных источников оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ.

Приложения

Обычно в приложениях к выпускной квалификационной работе можно найти вспомогательные и дополнительные материалы, использованные при исследовании. Это могут быть таблицы, текст, иллюстрации.

Требования к оформлению ВКР, в т.ч. к списку использованных источников, приложений.

- ГОСТ 7.32-2017. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления (введен в действие Приказом Росстандарта от 24.10.2017 N 1494-ст);
- ГОСТ Р 7.097-2016 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Требования к оформлению документов.
- ГОСТ Р 7.0.7-2021. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Статьи в журналах и сборниках. Издательское оформление" (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 18.08.2021 N 728-ст) и ГОСТ Р 7.0.5 - 2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.
- Требования к структуре, объему и оформлению выпускной квалификационной работы представлены в Методических рекомендациях по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для обучающихся.

Выпускная квалификационная работа должна быть выполнена на стандартных листах белой бумаги формата А4. Объем дипломного проекта составляет 35 — 50 страниц (без приложения).

На титульном листе дипломного проекта ставится подпись Заместителем директора по содержанию образования, подпись руководителя дипломного проекта.

Текст набирается в программе MicrosoftOfficeWord. Цвет шрифта - черный, межстрочный интервал - полуторный, гарнитура TimesNewRoman, размер шрифта - 14 кегль. Размеры полей: левое — 20 мм, правое — 10 мм, верхнее — 20 мм, нижнее — 20 мм (ГОСТ 7.32-2001). Текст выровнен по ширине, абзацный отступ - 1,25 мм.

Нумерация страниц — сквозная, арабскими цифрами. Титульный лист, задание и содержание включаются в общую нумерацию работы, номера страницы на них не ставятся. Нумерация страниц производится по центру верхнего поля. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц. При написании текста не допускается применять:

- обороты разговорной речи, произвольные словообразования, профессионализмы;
- различные научные термины, близкие по смыслу для одного и того же понятия;
- иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке.

Главы и параграфы должны иметь заголовки. Заголовки должны быть сформулированы кратко. Заголовки глав оформляют симметрично тексту, заголовки параграфов — с абзаца. Заголовки глав печатаются прописными буквами, заголовки параграфов — строчными буквами, заголовки не подчеркиваются, в конце точки не ставятся. Каждая глава начинается с нового листа.

Список использованных источников составляется в следующем порядке:

- законы Российской Федерации
- указы Президента Российской Федерации постановления Правительства Российской Федерации

- Федерации
- нормативные акты, инструкции; иные официальные материалы (революции рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
 - монографии, учебники, учебные пособия; иностранная литература;
 - интернет-ресурсы.

Дипломный проект должен быть выполнен в соответствии с методическими рекомендациями к ВКР. Готовые дипломные проекты представляются на защиту в твердом переплете.

4.5. Электронная презентация дипломного проекта должна помогать обучающемуся представить достоинства выполненного проекта, подтвердить освоение общих и профессиональных компетенций. На слайдах должны быть отражены цели и задачи ВКР, основные этапы её разработки, выводы о целесообразности и перспективах практического применения результатов ВКР.

Презентация создается в программе Power Point, выполняется в едином стиле. Цветовая гамма и использование анимации не должны препятствовать адекватному восприятию информации.

4.6. Требования к подготовке и процедуре защиты выпускной квалификационной работы

Подготовка и защита ВКР проводится в несколько этапов, распределенных во времени:

- 1) подготовка ВКР;
- 2) подготовка доклада, презентации ВКР;
- 3) защита ВКР.

№ п/п	Этапы защиты	Содержание
1.	Доклад обучающегося по теме выпускной квалификационной работы (7 – 10 минут)	Представление обучающимся результатов своей работы: обоснование актуальности избранной темы, описание научной проблемы и формулировка цели работы, основное содержание работы.
2.	Ответы обучающегося на вопросы	Ответы обучающегося на вопросы членов ГЭК (ИЭК), как непосредственно связанные с рассматриваемыми вопросами работы, так и имеющие отношение к обозначенному проблемному полю исследования.
3	Ответы обучающегося на замечания рецензента	Заключительное слово обучающегося, в котором студент отвечает на замечания рецензента, соглашаясь с ними или давая обоснованные возражения
4	Принятие решения ГЭК (ИЭК) по результатам защиты выпускной квалификационной работы	Решения ГЭК (ИЭК) об оценке выпускной квалификационной работы принимаются на закрытом заседании открытым голосованием простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.
5	Документальное оформление результатов защиты выпускной квалификационной работы	Фиксирование решений ГЭК (ИЭК) в следующих видах протокола: 1. Протокол заседания ГЭК (ИЭК) о результатах защиты выпускных квалификационных работ. 2. Протокол о присвоении квалификации «Специалист по рекламе» и выдаче дипломов о среднем

5. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИЕЙ (ИТОВОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИЕЙ)

5.1. Государственная экзаменационная комиссия (итоговая экзаменационная комиссия) формируется из педагогических работников университета и лиц, приглашенных из сторонних организаций, в том числе педагогических работников, представителей работодателей или их объединений, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники.

Состав государственной экзаменационной комиссии (итоговой экзаменационной комиссии) утверждается приказом по образовательной организации.

Государственную экзаменационную комиссию (итоговую экзаменационную комиссию) возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность государственной экзаменационной комиссии (итоговой экзаменационной комиссии), обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам.

Председатель государственной экзаменационной комиссии (итоговой экзаменационной комиссии) утверждается не позднее 20 декабря текущего года на следующий календарный год (с 1 января по 31 декабря) приказом ректора.

Организует и контролирует деятельность экзаменационной комиссии председатель, который, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам. Председателем экзаменационной комиссии Университета утверждается лицо, не работающее в образовательной организации, из числа:

- руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность, соответствующую области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники;
- представителей работодателей или их объединений, организаций-партнеров, включая экспертов, при условии, что направление деятельности данных представителей соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники.

Государственная экзаменационная комиссия (итоговая экзаменационная комиссия) действует в течение одного календарного года.

Руководитель образовательной организации является заместителем председателя ГЭК (ИЭК). В случае создания в образовательной организации нескольких ГЭК (ИЭК) назначается несколько заместителей председателя ГЭК (ИЭК) из числа заместителей руководителя образовательной организации или педагогических работников.

Экспертная группа создается по каждой профессии, специальности среднего профессионального образования или виду деятельности, по которому проводится демонстрационный экзамен (при наличии такового).

Экспертную группу возглавляет главный эксперт, назначаемый из числа экспертов, включенных в состав ГЭК (ИЭК).

5.2. Решение экзаменационной комиссии об оценке выпускной квалификационной работы принимается на закрытом заседании открытым голосованием простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Решение экзаменационной комиссии оформляется протоколами установленного Учреждением образца, в которых фиксируются:

- оценка выпускной квалификационной работы каждого выпускника;
- вопросы и особые мнения членов комиссии по защите выпускной квалификационной работы каждого выпускника;
- присвоение квалификации каждому выпускнику;
- решение о выдаче документа об уровне образования каждому выпускнику.

Протокол подписывается председателем итоговой экзаменационной комиссии (в случае отсутствия председателя – его заместителем) и секретарем итоговой экзаменационной комиссии.

Результаты итоговой аттестации определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний итоговой экзаменационной комиссии.

Выпускнику, получившему оценку «неудовлетворительно» при защите выпускной квалификационной работы, выдается академическая справка установленного образца. Академическая справка обменивается на диплом в соответствии с решением итоговой экзаменационной комиссии после успешной повторной защиты студентом выпускной квалификационной работы.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Объем ВКР (дипломный проект) составляет 35-50 страниц печатного текста.

К ВКР имеются приложения, в т.ч., схемы, таблицы, диаграммы и макеты готовых рекламных продуктов т.п.

Тема ВКР соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Структура ВКР соответствует выбранной форме (дипломный проект)

Теоретическая часть раскрывает теоретические аспекты изучаемого объекта и предмета. Практическая часть включает продукты деятельности (рекламные продукты) в соответствии с видами профессиональной деятельности.

Использование обучающимся во время доклада подготовленного наглядного материала.

Применение обучающимся во время доклада информационно- коммуникативных технологий, сопровождение доклада презентацией.

Владение обучающимся профессиональной терминологией, коммуникативной культурой.

Работа реферативного характера оценивается не выше «удовлетворительно».

6.1. По результатам защиты ВКР (дипломного проекта) выставляются:

• **оценка «5» (отлично):**

- график подготовки ВКР выполнен в срок; структура, содержание и объем ВКР соответствует требованиям на 100%;
- работа оформлена в соответствии с «Методическими рекомендациями по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для обучающихся»,
- содержание ВКР полностью соответствует выбранной теме, тема дипломного проекта полностью раскрыта, продемонстрирована актуальность выбранной темы, приведет

критический разбор практического опыта по исследуемой проблеме, разработан рекламный продукт, сделаны соответствующие выводы и обоснованные предложения;

- имеются положительные отзывы руководителя дипломного проекта и рецензента;
 - доклад на защите построен четко и логично, студент укладывается в отведенное для доклада время;
 - при защите проекта студент показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, во время доклада использует раздаточный материал, демонстрирует высокий технический уровень иллюстративного материала (использование слайдов и видеоматериалов, мультимедийной презентации); обоснованно и аргументированно отвечает на поставленные вопросы, показывает понимание социальной значимости профессии.
- **оценка «4» (хорошо):**
 - график подготовки ВКР выполнен в срок; структура, содержание и объем ВКР соответствует требованиям на 100%;
 - в оформлении работы допущены отступления от «Методическими рекомендациями по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для обучающихся»;
 - содержание ВКР полностью соответствует выбранной теме, тема дипломного проекта полностью раскрыта, продемонстрирована актуальность выбранной темы, приведен критический разбор практического опыта по исследуемой проблеме, сделаны соответствующие выводы и обоснованные предложения;
 - имеются положительные отзывы руководителя дипломного проекта и рецензента;
 - доклад на защите построен четко и логично, студент укладывается в отведенное для доклада время;
 - при защите проекта студент показывает знание вопросов темы, оперирует данными исследования, во время доклада использует иллюстративный, раздаточный материал, демонстрирует хороший технический уровень иллюстративного и раздаточного материала (использование мультимедийной презентации); не полно и не обоснованно отвечает на поставленные вопросы и замечания рецензента, показывает понимание социальной значимости профессии.
 - **оценка «3» (удовлетворительно):**
 - структура, содержание и объем ВКР соответствует требованиям на 75%;
 - в оформлении работы допущены отступления от «Методическими рекомендациями по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для обучающихся»
 - содержание ВКР полностью соответствует выбранной теме, тема дипломного проекта раскрыта, актуальность выбранной темы не обоснована, приведен критический разбор практического опыта по исследуемой проблеме, сделаны выводы, имеются существенные недочеты в оформлении работы (оформление таблиц, рисунков, шрифт, интервал, выравнивание, заголовки и т.д.);
 - имеются положительные отзывы руководителя дипломного проекта и рецензента, содержание замечания к оформлению ВКР;
 - доклад на защите построен нечетко и не логично, студент не укладывается в отведенное для доклада время;
 - при защите проекта студент показывает знание вопросов темы, во время доклада использует иллюстративный материал (мультимедийной презентации); при ответе на вопросы членов ГЭК (ИЭК) отвечает не полно, допускает существенные неточности, показывает понимание социальной значимости профессии.
 - **оценка «2» (неудовлетворительно):**
 - структура, содержание и объем ВКР соответствует требованиям менее чем на 50%;
 - работа оформлена без учёта требований, изложенных в «Методических рекомендациях по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для обучающихся»;

- содержание ВКР не соответствует выбранной теме, не продемонстрирована актуальность выбранной темы, практическая часть ВКР выполнена некачественно либо отсутствует, выводы не приведены;
- отсутствуют положительные отзывы руководителя дипломного проекта и рецензента;
- доклад на защите построен не связно;
- при защите работы выводы не соответствуют цели, студент не использует иллюстративный материал, допускает существенные ошибки в теоретическом обосновании, которые не может исправить даже с помощью членов комиссии ГЭК (ИЭК); студент не отвечает на 50% вопросов членов комиссии или отвечает неправильно.

7. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ГИА (ИА) ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

7.1. Общие требования к проведению ГИА (ИА) для лиц с ОВЗ

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья ГИА (ИА) проводится образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников.

При проведении итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с выпускниками, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для выпускников при прохождении итоговой аттестации;
- присутствие в аудитории тьютора, ассистента, оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с членами экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при прохождении итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа выпускников в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

7.2. Дополнительные требования к проведению ГИА (ИА) для лиц с ОВЗ

Дополнительно при проведении итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих требований в зависимости от категорий выпускников с ограниченными возможностями здоровья:

а) для слепых:

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке итоговой аттестации оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, или зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, или надиктовываются ассистенту;
- выпускникам для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- выпускникам для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения государственной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;
 - в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- по их желанию государственный экзамен может проводиться в письменной форме;
 - г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по их желанию итоговый экзамен может проводиться в устной форме.
- также для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и выпускников из числа детей-инвалидов и инвалидов создаются иные специальные условия проведения ГИА (ИА) в соответствии с рекомендациями психолого-медико-педагогической комиссии (далее - ПМПК), справкой, подтверждающей факт установления инвалидности, выданной федеральным государственным учреждением медико-социальной экспертизы (далее - справка).

Выпускники или родители (законные представители) несовершеннолетних выпускников не позднее чем за 3 месяца до начала ГИА (ИА) подают в образовательную организацию письменное заявление о необходимости создания для них специальных условий при проведении ГИА (ИА) с приложением копии рекомендаций ПМПК, а дети-инвалиды, инвалиды - оригинала или заверенной копии справки, а также копии рекомендаций ПМПК при наличии.

8. ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

№ п/п	Наименование темы выпускной квалификационной работы	Наименование профессиональных модулей, отражаемых в работе	Наименование общих и профессиональных компетенций
1.	Разработка оригинал - макета серии буклетов (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
2.	Event-мероприятия как инструмент продвижения бренда (на примере компании...)	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	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
3.	Разработка и выполнение в материале элементов фирменного стиля (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
4.	Разработка и производство наружной рекламы (на примере компании...)	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3
5.	Разработка комплекса маркетингового продвижения компании (на примере предприятия)	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
6.	Разработка коммуникационной стратегии предприятия на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций на примере компании (на примере предприятия...)	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
7.	Разработка и формирование системы продвижения сувенирной продукции (на примере компании...)	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2

		продукта	
8.	Фирменный стиль как основа идентификации организации: разработка брендбука для компании...	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
9.	Разработка печатной полиграфической продукции в рамках рекламной политики компании (на примере компании...)	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
10.	Разработка рекламной кампании туристической фирмы (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
11.	Разработка рекламной кампании магазина одежды (на примере конкретной организации)..	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
12.	Разработка рекламной кампании журнала (на примере конкретного журнала).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
13.	Разработка рекламной кампании фитнес-центра (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
14.	Разработка рекламной кампании ветеринарной клиники (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
15.	Разработка и конструирование концепции фирменного стиля компании на примере конкретного предприятия	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
16.	Принципы и особенности психологического воздействия рекламы на	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3

	потребителей: разработка рекламной кампании на примере конкретного предприятия	ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	
17.	Разработка рекламной кампании социальной направленности на примере благотворительной организации или фонда	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
18.	Разработка (совершенствование) программы продвижения (рекламной, PR кампании, информационной, коммуникационной кампании) торговой марки (события в области культуры, спорта, искусства) на российском (Московском) рынке, на примере конкретного предприятия	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 ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
19.	Разработка (управление) рекламной кампании в социальных сетях, на примере конкретного предприятия	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
20.	Разработка (совершенствование, управление) PR кампании как способа формирования новой позиции бренда, на примере конкретного предприятия	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
21.	Организация special events на рынке для ТМ или компании, на примере конкретного предприятия	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
22.	Организация корпоративных мероприятий как элемента корпоративной культуры, на примере конкретного предприятия	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
23.	Разработка	ПМ.01. Разработка и создание дизайна	ОК 1 - 11

	(совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет, на примере конкретного предприятия	рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03.Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
24.	Организация (совершенствование, управление) продаж с помощью социальных сетей, на примере конкретного предприятия	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04.Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
25.	Оценка (совершенствование, управление) репутации бренда в сети Интернет (социальных медиа), на примере конкретного предприятия	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04.Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
26.	Совершенствование сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет (на примере конкретной организации)	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
27.	Разработка уникального контента как эффективный способ продвижения бренда с помощью SMM, на примере конкретного предприятия	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	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
28.	Разработка вирусного контента для продвижения бренда в социальных медиа, на примере конкретного предприятия	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03.Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
29.	Методы привлечения внимания общества к социальным проблемам	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
30.	Фирменный стиль и его роль в продвижении компании	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03.Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2

31.	PR фирмы. Технологии и эффективности	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
32.	Социальная реклама, как инструмент привлечения внимания к проблемам реабилитационных центров	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
33.	Продвижение социальной проблемы в социальных сетях на примере темы: Здоровый образ жизни	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
34.	Волонтерство, как инструмент привлечения внимания общественности к социальным проблемам	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
35.	PR и реклама как инструмент формирования имиджа организации	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
36.	Фирменный стиль как система идентификации организации	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
37.	Печатная реклама и фотография как способ освещения социальной проблемы в интернете.	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 3.1 - 3.2
38.	Продвижение социальной проблемы в социальных сетях.	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3

39.	Связи с общественностью и PR социального проекта	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
40.	Разработка концепции роликов социальной рекламы	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3
41.	Продвижение услуг в социальных сетях	ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 4.1 - 4.3
42.	Наружная социальная реклама по теме: «Здоровый образ жизни»	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
43.	Креатив текстов и образов рекламного продукта в коммуникационной стратегии организации.	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	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
44.	Скрытая реклама, как инструмент продвижения продукции	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
45.	Технология манипулирования сознанием потребителей в TV рекламе	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
46.	Совершенствование использования POS-материалов в торговой рекламе (на примере конкретной организации)	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02. Производство рекламной продукции ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2
47.	Роль социальной рекламы в формировании морально-этических ценностей у молодёжи	ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 4.1 - 4.3
48.	Актуализация социальных проблем по средствам социальных сетей.	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3

		ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	
49.	Фестивали социальной рекламы в России	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	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2 ПК 4.1 - 4.3
50.	Разработка социальной кампании рекламными средствами (на конкретном материале)	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1 - 11 ПК 1.1 - 1.5 ПК 2.1 - 2.3 ПК 3.1 - 3.2

Календарный план выполнения ВКР

№ п/п	Наименование этапов	Срок выполнения ВКР
1.	Ознакомление с программой ГИА (ИА)	За 6 месяцев до начала ГИА (ИА)
2.	Закрепление за выпускниками тем ВКР, руководителей. Оформление приказа.	За 6 месяцев до начала ГИА (ИА)
3.	Выдача студентам индивидуальных заданий и составление графиков выполнения разделов ВКР	За 2 недели до производственной практики (преддипломной)
4.	Подбор, изучение и анализ литературы	4 недели с 20.04.202_ по 17.05.202_
5.	Сбор и обобщение практического материала	
6.	Проведение, собственных исследований и анализ полученных результатов	
7.	Разработка рекомендаций по результатам исследований	
8.	Приказ о допуске к ГИА (ИА)	15.05.202_
9.	Работа над разделами. Написание и оформление работы. Согласование с руководителем ВКР. Доработка в соответствии с замечаниями руководителя ВКР.	с 18.05.202_ по 14.06.202_
10.	Отзыв руководителя ВКР, нормоконтроль, антиплагиат.	1 неделя до защиты ВКР
11.	Представление и регистрация готовой ВКР на заседании ПЦК (предварительная защита)	1 неделя до защиты ВКР
12.	Получение внешней рецензии, решение о допуске ВКР к защите	до 14.06.202_
13.	Оформление приказа о допуске к защите ВКР	14.06.202_
14.	Защита выпускной квалификационной работы (дипломной работы)	15.06.202_ – 28.06.202_