

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

для специальности

**42.02.01 Реклама**

Москва  
2026

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 Министерства просвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22.08.2023, регистрационный № 74908).

РАССМОТРЕНО:

на заседании Педагогического совета с участием. председателя ГЭК

СОГЛАСОВАНО с представителем работодателя

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ГИА (ИА)**
- 2. СТРУКТУРА ПРОЦЕДУР ГИА И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ**
- 3. ТИПОВОЕ ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА**
- 4. ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ (ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА)**

# 1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ГИА (ИА)

1.1. Наименование специальности: 42.02.01 Реклама

1.2. Присваиваемая квалификация: специалист по рекламе

## 1.3. Цель и задачи ФГОС

**Целью** государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации) является установление степени готовности обучающихся к самостоятельной профессиональной деятельности, соответствия уровня освоения знаний, умений и владения общими и профессиональными компетенциями в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама ГИА проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы) (далее ДП, дипломный проект, дипломная работа).

Программа государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в части реализации требований ФГОС СПО к уровню подготовки выпускников, степень достижения которых подлежит оценке в ходе ГИА (ИА) по специальности.

В программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама предусматривается подготовка по следующим видам деятельности (ВД):

- **Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;**
- **Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;**
- **Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;**
- **Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.**

Результаты освоения ППССЗ определяются приобретаемыми выпускником общими и профессиональными компетенциями, его способностью применять полученный практический опыт, знания и умения в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Выпускник по специальности 42.02.01 Реклама в соответствии с целями образовательной программы и задачами профессиональной деятельности в результате освоения данной образовательной программы, должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности, предусмотренными ФГОС СПО освоенной им ППССЗ:

Код компетенции	Содержание компетенции	Показатели освоения компетенции
<b>Общие компетенции</b>		
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	<b>Умения:</b> распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

		<p>реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p><b>Знания:</b> актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	<p><b>Умения:</b> определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска</p> <p><b>Знания:</b> номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации</p>
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	<p><b>Умения:</b> определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p><b>Знания:</b> содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования</p>
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	<p><b>Умения:</b> организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <p><b>Знания:</b> психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p>
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	<p><b>Умения:</b> описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения</p> <p><b>Знания:</b> сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих</p>

	социального и культурного контекста	ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения	<b>Умения:</b> описывать значимость своей специальности <b>Знания:</b> сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	<b>Умения:</b> соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности <b>Знания:</b> правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; принципов бережливого производства, основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения
ОК 08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	<b>Умения:</b> использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; пользоваться средствами профилактики перенапряжения характерными для данной специальности <b>Знания:</b> роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках	<b>Умения:</b> понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересные профессиональные темы

		<p><b>Знания:</b> правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
<b>Профессиональные компетенции</b>		
<b>ВД - Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</b>		
ПК 1.1.	Определять целевую аудиторию и целевые группы.	<p><b>Практический опыт:</b> Определять целевую аудиторию и целевые группы; Проводить анализ объема рынка; Проводить анализ конкурентов; Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p> <p><b>Умения:</b> выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; анализировать, чтобы лучше понимать рынок, на котором работает компания; действия конкурентов; целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке; результаты продвижения и продаж; распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p><b>Знания:</b> основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте</p>
ПК 1.2.	Проводить анализ объема рынка	
ПК 1.3.	Проводить анализ конкурентов	
ПК 1.4	Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	
<b>ВД - Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций</b>		
ПК 2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	<p><b>Практический опыт:</b> Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p><b>Умения:</b> находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций; разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;</p>
ПК 2.2.	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	

		<p>способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний</p>
<b>ВД - Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</b>		
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	<p><b>Практический опыт:</b></p> <p>Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий</p> <p><b>Умения:</b> Разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете; планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности.</p> <p><b>Знания:</b> специфику механизма торгового бренда; новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью онлайн технологий</p>
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	
<b>ВД - Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b>		
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	<p><b>Практический опыт:</b></p> <p>владеть основами дизайна, создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки; настраивать контекстную и таргетированную рекламу</p> <p><b>Знания:</b></p> <p>приемы и методы проектирования рекламного продукта; офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения</p>
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	

Выпускник также демонстрирует освоение личностных результатов в соответствии с программой воспитания.

#### **Требования к формированию личностных результатов**

<p><b>Личностные результаты реализации программы воспитания</b> (описатели)</p>	<p><b>Код личностных результатов реализации</b></p>
---	---

	программы воспитания
<p>Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе, и современном мировом сообществе. Сознательное 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><b>ЛР 1</b></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><b>ЛР 2</b></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><b>ЛР 3</b></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 профессионально конструктивного «цифрового следа»</p>	<p><b>ЛР 4</b></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</p>	<p><b>ЛР 5</b></p>

<p>многонациональному народу России, 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</p>	
<p>Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации</p>	<b>ЛР 6</b>
<p>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</p>	<b>ЛР 7</b>
<p>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</p>	<b>ЛР 8</b>
<p>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 склонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде</p>	<b>ЛР 9</b>
<p>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</p>	<b>ЛР 10</b>
<p>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</p>	<b>ЛР 11</b>

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	
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	<b>ЛР 12</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</b>	
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	<b>ЛР 13</b>
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	<b>ЛР 14</b>
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	<b>ЛР 15</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)</b>	
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.	<b>ЛР 16</b>
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.	<b>ЛР 17</b>
Проявляющий культуру потребления информации, умение и навыки	<b>ЛР 18</b>

пользования компьютерной техникой и специализированными программами; навыки отбора и критического анализа информации, умение ориентироваться в информационном пространстве (в том числе в сетевом)	
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса (при наличии)</b>	
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	<b>ЛР 19</b>
Проявляющий мировоззренческие установки на отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся	<b>ЛР 20</b>
Демонстрирующий интерес к участию и проведению мероприятий культурно-спортивной направленности (концерты, конкурсы, соревнования, фестивали, экскурсии, выставки и т.д.)	<b>ЛР 21</b>

## **2. СТРУКТУРА ПРОЦЕДУР ГИА И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ**

### **2.1. Формы и условия проведения ГИА (ИА)**

ГИА (ИА) проводится в форме демонстрационного экзамена (ДЭ) и защиты дипломного проекта (работы).

Цель итоговой аттестации – установление соответствия результатов освоения обучающимися образовательных программ СПО, соответствующим требованиям ФГОС СПО.

К ГИА (ИА) допускаются обучающиеся, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план по ППССЗ. Необходимым условием допуска к ГИА (ИА) является освоение обучающимися общих профессиональных компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практик, предусмотренных ППССЗ. Форма и условия проведения ГИА (ИА), требования к ДП и проведению демонстрационного экзамена (ДЭ), а также критерии оценки знаний доводятся до сведения обучающихся деканатом не позднее, чем за шесть месяцев до начала ГИА (ИА).

ДЭ предусматривает моделирование реальных производственных условий для решения выпускниками практических задач профессиональной деятельности и предусматривает выполнение практического задания, состоящего из модулей. Задания демонстрационного экзамена разрабатываются на основе профессиональных стандартов.

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

Подготовка и защита ДП предполагает наличие у выпускника умений и навыков проводить самостоятельное законченное исследование на заданную тему, свидетельствующее об усвоении теоретических знаний и практических навыков, позволяющих решать профессиональные задачи, соответствующие требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

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

### **2.2. Объем времени, этапы и условия проведения государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации)**

В соответствии с учебным планом специальности 42.02.01 Реклама объем времени на подготовку и проведение ГИА (ИА) составляет 6 (шесть) недель 216 академических часов.

Государственная итоговая аттестация проводится в несколько этапов, распределенных во времени:

1. Подготовка к демонстрационному экзамену.
2. Демонстрационный экзамен.
3. Подготовка дипломного проекта (работы).
4. Защита дипломного проекта (работы).

Объем времени и сроки, отводимые на подготовку и проведение государственной итоговой аттестации в соответствии с учебным планом и по расписанию ГИА (ИА):

<b>Этапы подготовки и проведения итоговой аттестации</b>	<b>Объем времени в неделях</b>	<b>Срок проведения</b>
Подготовка к демонстрационному экзамену	1 неделя	18.05.202_ - 22.05.202_
Демонстрационный экзамен	2 недели	22.05.202_ – 07.06.202_ в соответствии с расписанием ИА
Подготовка дипломного проекта (ДП)	1 неделя	08.06.202_ – 14.06.202_
Защита ДП	2 недели	15.06.202_ – 28.06.202_ в соответствии с расписанием ИА

### **2.3. Подготовка к защите дипломного проекта (работы)**

Процедура подготовки к защите ДП включает в себя следующие этапы:

- Перечень тем ДП, доводится до сведения обучающихся не позднее чем за 6 месяцев до даты начала ГИА (ИА).

- Обучающийся имеет право выбрать одну из утвержденных тем ДП или предложить собственную тему ДП.

- Обучающийся обязан выбрать тему ДП не позднее, чем за 1 месяц до начала производственной практики (преддипломной).

- Закрепление тем ДП за выпускником, назначение руководителей осуществляется приказом. После издания приказа об утверждении тем дипломных работ обучающийся заполняет задание и отправляет научному руководителю на утверждение. В задании в обязательном порядке прописывается «Содержание дипломной работы» – это план работы по главам, которым будет руководствоваться обучающийся в процессе написания дипломной работы.

### **2.4. Подготовка к демонстрационному экзамену.**

Демонстрационный экзамен проводится с использованием комплектов оценочной документации, включенных образовательными организациями в Программу ГИА.

Задания демонстрационного экзамена доводятся до главного эксперта в день, предшествующий дню начала демонстрационного экзамена.

Образовательная организация обеспечивает необходимые технические условия для обеспечения заданиями во время демонстрационного экзамена выпускников, членов ГЭК, членов экспертной группы.

Демонстрационный экзамен проводится в центре проведения демонстрационного экзамена (далее - центр проведения экзамена), представляющем собой площадку, оборудованную и оснащенную в соответствии с комплектом оценочной документации.

Центр проведения экзамена может располагаться на территории образовательной организации, а при сетевой форме реализации образовательных программ - также на

территории иной организации, обладающей необходимыми ресурсами для организации центра проведения экзамена.

Выпускники проходят демонстрационный экзамен в центре проведения экзамена в составе экзаменационных групп.

Место расположения центра проведения экзамена, дата и время начала проведения демонстрационного экзамена, расписание сдачи экзаменов в составе экзаменационных групп, планируемая продолжительность проведения демонстрационного экзамена, технические перерывы в проведении демонстрационного экзамена определяются планом проведения демонстрационного экзамена, утверждаемым ГЭК совместно с образовательной организацией не позднее чем за двадцать календарных дней до даты проведения демонстрационного экзамена. Образовательная организация знакомит с планом проведения демонстрационного экзамена выпускников, сдающих демонстрационный экзамен, и лиц, обеспечивающих проведение демонстрационного экзамена, в срок не позднее чем за пять рабочих дней до даты проведения экзамена.

В день проведения демонстрационного экзамена в центре проведения экзамена присутствуют:

а) руководитель (уполномоченный представитель) организации, на базе которой организован центр проведения экзамена;

б) не менее одного члена ГЭК, не считая членов экспертной группы;

в) члены экспертной группы;

г) главный эксперт;

д) представители организаций-партнеров (по согласованию с образовательной организацией);

е) выпускники;

ж) технический эксперт;

з) представитель образовательной организации, ответственный за сопровождение выпускников к центру проведения экзамена (при необходимости);

и) тьютор (ассистент), оказывающий необходимую помощь выпускнику из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей-инвалидов, инвалидов (далее - тьютор (ассистент));

к) организаторы, назначенные образовательной организацией из числа педагогических работников, оказывающие содействие главному эксперту в обеспечении соблюдения всех требований к проведению демонстрационного экзамена.

В случае отсутствия в день проведения демонстрационного экзамена в центре проведения экзамена лиц, указанных в настоящем пункте, решение о проведении демонстрационного экзамена принимается главным экспертом, о чем главным экспертом вносится соответствующая запись в протокол проведения демонстрационного экзамена.

Допуск выпускников в центр проведения экзамена осуществляется главным экспертом на основании документов, удостоверяющих личность.

Выпускники вправе:

пользоваться оборудованием центра проведения экзамена, необходимыми материалами, средствами обучения и воспитания в соответствии с требованиями комплекта оценочной документации, задания демонстрационного экзамена;

получать разъяснения технического эксперта по вопросам безопасной и бесперебойной эксплуатации оборудования центра проведения экзамена;

получить копию задания демонстрационного экзамена на бумажном носителе;

Выпускники обязаны:

во время проведения демонстрационного экзамена не пользоваться и не иметь при себе средства связи, носители информации, средства ее передачи и хранения, если это прямо не предусмотрено комплектом оценочной документации;

во время проведения демонстрационного экзамена использовать только средства обучения и воспитания, разрешенные комплектом оценочной документации;

во время проведения демонстрационного экзамена не взаимодействовать с другими выпускниками, экспертами, иными лицами, находящимися в центре проведения экзамена,

если это не предусмотрено комплектом оценочной документации и заданием демонстрационного экзамена.

Выпускники могут иметь при себе лекарственные средства и питание, прием которых осуществляется в специально отведенном для этого помещении согласно плану проведения демонстрационного экзамена за пределами центра проведения экзамена.

В соответствии с планом проведения демонстрационного экзамена главный эксперт ознакамливает выпускников с заданиями, передает им копии заданий демонстрационного экзамена.

Время начала демонстрационного экзамена фиксируется в протоколе проведения демонстрационного экзамена, составляемом главным экспертом по каждой экзаменационной группе.

После объявления главным экспертом начала демонстрационного экзамена выпускники приступают к выполнению заданий демонстрационного экзамена.

Демонстрационный экзамен проводится при неукоснительном соблюдении выпускниками, лицами, привлеченными к проведению демонстрационного экзамена, требований охраны труда и производственной безопасности, а также с соблюдением принципов объективности, открытости и равенства выпускников.

Центры проведения экзамена могут быть оборудованы средствами видеонаблюдения, позволяющими осуществлять видеозапись хода проведения демонстрационного экзамена.

Видеоматериалы о проведении демонстрационного экзамена в случае осуществления видеозаписи подлежат хранению в образовательной организации не менее одного года с момента завершения демонстрационного экзамена.

### 3. ТИПОВОЕ ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА

Программа ГИА (ИА) предусматривает для выпускников на первом этапе демонстрационный экзамен, включающий выполнение заданий двух уровней.

**Задания I уровня** формируются в соответствии с общими и профессиональными компетенциями специальности СПО 42.02.01 Реклама в виде тестового задания.

**Задания II уровня** формируются в соответствии с видами профессиональной деятельности специальности СПО 42.02.01 Реклама в виде теоретических вопросов и практико-ориентированных задач.

#### Примеры заданий для ДЭ Задание 1 уровня «Тестирование»

№ п/п	Задание	Коды общих или профессиональных компетенций, проверяемых в результате выполнения задания
1	Коллектив – это... <b>1. группа лиц, объединённых какой-либо общей деятельностью, работой, учёбой, решением определённой общественной задачи;</b> 2. группа лиц, объединённых по интересам; 3. группа лиц, осуществляющая свою деятельность в одном помещении; 4. группа лиц, выполняющая идентичную по характеру деятельности работу.	ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
2	Эффективное взаимодействие - это... <b>1. согласованные действия людей, направленные на достижение общего результата;</b> 2. результативная работа коллег;	ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

	3. действия людей, направленные на достижение общего результата; 4. взаимопомощь, оказываемая коллегами во время выполнения общей работы.	
3	Заказчик, покупатель, приобретатель услуг - это... 1. клиент; 2. подрядчик; 3. руководитель; 4. менеджер.	ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
4	Человек в организации, который наделен полномочиями и отвечает за принятие и осуществление важных решений – это... 1. <b>руководитель</b> ; 2. лидер мнения; 3. директор; 4. собственник.	ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
5	Какой из нижеперечисленных принципов не относится к командной работе? 1. <b>Осознание каждым членом команды собственной значимости</b> ; 2. отбор членов команды по их умениям, навыкам и возможностям; 3. определение целей совместной деятельности и правила поведения; 4. осознание членами команды их прав.	ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
6	Какой из нижеперечисленных принципов относится к командной работе? 1. Отбор членов команды по принципу наличия опыта, 2. <b>непрерывное взаимодействие в команде, выделение необходимого времени для коммуникации</b> , 3. полное равноправие, исключающее выделения кого-либо в качестве руководителя, 4. нацеленность на скорейшее завершение работы.	ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
7	К числу основных функций текстового редактора относятся: 1. копирование, перемещение, уничтожение фрагментов текста; 2. <b>создание, редактирование, сохранение и печать текстов</b> ; 3. строгое соблюдение правописания; 4. автоматическая обработка информации, представленной в текстовых файлах.	ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
8	Способы защиты информации в информационных технологиях? 1. информационные программы; 2. <b>технические, законодательные и программные средства</b> 3. внесистемные программы; 4. ничто из перечисленного.	ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
9	Сферы применения ИТ в профессиональной деятельности: 1. <b>всех сферах проф. деятельности</b>	ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации

	<p>2. подготовка продукции;</p> <p>3. поиск решений;</p> <p>4. телеконференции</p>	<p>информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>
10	<p>Средства мультимедиа, применяемые в информационных технологиях:</p> <p>1. <b>интерактивная доска, ЭВМ и программа мастер презентаций;</b></p> <p>2. проектор;</p> <p>3. программа и ЭВМ;</p> <p>4. ЭВМ и звуковые колонки.</p>	<p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>
11	<p>Информационные технологии это</p> <p>1. система программных средств;</p> <p>2. комплекс технических средств;</p> <p>3. <b>система методов сбора, накопления, хранения, поиска и обработки информации;</b></p> <p>4. ничто из перечисленного.</p>	<p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>
12	<p>Виды программ, составляющих программное обеспечение в ИТ:</p> <p>1. стандартные, интернетовские, текстовые, архиваторы;</p> <p>2. <b>базовые, системные, служебные, прикладные;</b></p> <p>3. операционная система, прикладные программы, антивирусы, дискета;</p> <p>4. все что перечислено</p>	<p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p>
13	<p>Какие знания человека моделируются и обрабатываются с помощью компьютера</p> <p>1. <b>декларативные;</b></p> <p>2. <b>процедурные;</b></p> <p>3. неосознанные;</p> <p>4. интуитивные;</p> <p>5. <b>ассоциативные</b></p> <p>6. <b>нечеткие.</b></p>	<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p>
14	<p>Организация является:</p> <p>1. <b>открытой системой;</b></p> <p>2. закрытой системой;</p> <p>3. технической системой;</p> <p>4. социальной системой.</p>	<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p>
15	<p>Основными показателями эффективной работы организации являются:</p> <p>1. производительность;</p> <p>2. прибыль и рентабельность;</p> <p>3. <b>удовлетворенный спрос потребителей, прибыль;</b></p> <p>4. экономическая прибыль.</p>	<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p>

16	<p>Какую программу можно использовать для проведения мультимедийной презентации?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Microsoft PowerPoint</b></li> <li>2. Microsoft Excel</li> <li>3. Microsoft Word</li> <li>4. Windows Media Video</li> </ol>	ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
17	<p>Общение это:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. исключительно передача и получение информации</li> <li>2. многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми</li> <li>3. практические результаты деятельности</li> <li>4. практические результаты взаимодействия</li> </ol>	ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
18	<p>Взаимодействие это:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>процесс непосредственного или опосредованного влияния субъектов друг на друга</b></li> <li>2. общность интересов</li> <li>3. общность целей</li> <li>4. активная организация работы</li> </ol>	ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
19	<p>Этикет это:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. поступки людей</li> <li>2. формы общения людей</li> <li>3. эстетический вкус</li> <li>4. <b>установленный порядок поведения где-либо</b></li> </ol>	ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
20	<p>Согласно ГОСТ делопроизводство – это:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. оформление документов, определяющих весь спектр управленческой деятельности предприятия;</li> <li>2. правильность оформления документов, определяющих весь спектр управленческой деятельности предприятия;</li> <li>3. совокупность работ по документированию деятельности учреждения и по организации документов в нём;</li> <li>4. <b>надлежащая организация документооборота в учреждении в соответствии с требованиями гост.</b></li> </ol>	ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
21	<p>Письменное подтверждение о заключении контракта:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. акцепт;</li> <li>2. <b>оферта</b>;</li> <li>3. овердрафт;</li> <li>4. все ответы верны</li> </ol>	ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
22	<p>Чувство любви и преданности Родине, Отечеству, своему народу, вера в его духовные возможности, готовность служить интересам своей Родины – это...</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>патриотизм</b>;</li> <li>2. гражданская позиция;</li> <li>3. конституционная обязанность;</li> <li>4. активизм.</li> </ol>	ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений,

		применять стандарты антикоррупционного поведения;
23	<p>Место рождения человека, его происхождения; родная страна, Отечество; страна, в которой человек родился и гражданином которой является; модель отношений между индивидом и обществом, между гражданином и государством, между личностью и централизованной идеологической системой; место происхождения, возникновения объекта или явления. О чём идёт речь?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Родина;</b></li> <li>2. демократическое общество;</li> <li>3. гражданство;</li> <li>4. социализация</li> </ol>	ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
24	<p>Взгляды человека на функционирование общества, в котором он проживает, а также определение своей роли в этом обществе - это...</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. гражданская позиция;</li> <li>2. политическая позиция;</li> <li>3. общественная позиция;</li> <li>4. личностные приоритеты.</li> </ol>	ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
25	<p>Понятие «здоровье» можно классифицировать следующим образом:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. здоровье – это отсутствие болезней;</li> <li>2. «здоровье» и «норма» - понятия тождественные;</li> <li>3. <b>здоровье – состояние человека, отражающее его полное физическое, психическое и социальное благополучие и обеспечивающее полноценное выполнение трудовых, социальных и биологических функций;</b></li> <li>4. отсутствие вредных привычек у человека.</li> </ol>	ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
26	<p>Важнейшие компоненты неупорядоченности и хаотичности в организации жизнедеятельности студентов – это:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. несвоевременный прием пищи;</li> <li>2. систематическое недосыпание;</li> <li>3. курение;</li> <li>4. <b>все вместе</b></li> </ol>	ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
27	<p>В процессе умственного труда основная нагрузка приходится:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. на вегетативную нервную систему;</li> </ol>	ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления

	<p>2. на дыхательную систему;</p> <p>3. <b>на ЦНС, ее высший отдел - головной мозг;</b></p> <p>4. на подкорку головного мозга</p>	<p>здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности</p>
28	<p>Работоспособность - это способность человека выполнять:</p> <p>1. <b>конкретную деятельность в рамках заданных временных лимитов и параметров эффективности;</b></p> <p>2. специальные умения, навыки, определенные психические, физиологические и физические особенности;</p> <p>3. ответственно, добросовестно выполнять работу, необходимую в конкретной деятельности;</p> <p>4. быстро, качественно, целеустремленно выполнять заданную работу</p>	<p>ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности</p>
29	<p>Основная задача физических упражнений профилактической направленности заключается в том, чтобы:</p> <p>1. повысить устойчивость организма к воздействию неблагоприятных факторов труда;</p> <p>2. снять перенапряжение, возникающее при тяжелом физическом труде;</p> <p>3. <b>все вместе;</b></p> <p>4. нет правильного ответа.</p>	<p>ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности</p>
30	<p>Экологический контроль – это:</p> <p>1. <b>определенный вид деятельности государственных и общественных органов по наблюдению за состоянием окружающей природной среды, ее изменениями под влиянием хозяйственной и иной деятельности, проверке выполнения планов и мероприятий по охране природы, рациональному использованию природных ресурсов, оздоровлению природы, соблюдению требований природоохранного законодательства и нормативов качества окружающей природной среды</b></p> <p>2. определенный вид деятельности общественных органов по наблюдению за состоянием окружающей природной среды, ее изменениями под влиянием хозяйственной и иной деятельности, проверке выполнения планов и мероприятий по охране природы, рациональному использованию природных ресурсов, оздоровлению природы, соблюдению требований природоохранного законодательства и нормативов качества окружающей природной среды</p> <p>3. определенный вид деятельности государственных органов по наблюдению за состоянием окружающей природной среды, ее изменениями под влиянием хозяйственной и иной деятельности, проверке выполнения планов и мероприятий по охране природы, рациональному использованию природных ресурсов, оздоровлению природы, соблюдению требований</p>	<p>ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</p>

	природоохранного законодательства и нормативов качества окружающей природной среды	
31	Какие вещества способствуют разрушению озонового слоя: 1. Неорганические вещества 2. Канцерогенные вещества 3. <b>Фреоны.</b>	ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
32	Что относят к исчерпаемым природным ресурсам? 1. Космические. 2. <b>Флора, фауна, почва</b> 3. Солнечная радиация.	ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
33	Что из перечисленного определяется как стремительный поток смеси воды, песка и камней большой разрушительной силы в результате дождей (бурного таяния снега)? 1. Обвал 2. <b>Сель</b> 3. Оползень 4. Карстовый провал	ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
34	Какое из перечисленных кровотечений пострадавшего характеризуется тем, что поступающая из раны кровь ярко-алого цвета и струя бьет фонтаном? 1. Паренхиматозное кровотечение 2. Капиллярное кровотечение 3. Венозное кровотечение 4. <b>Артериальное кровотечение</b>	ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
35	Мысленный прообраз какого-либо действия, предмета, явления, принципа, выделяющий его основные, главные и существенные черты. О чём идёт речь? А) анализ; Б) <b>идея</b> ; В) размышление; Г) изучение	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы
36	Умственный процесс свободной реализации мысли во внешнем мир – это... А) творчество; Б) логика; В) размышление; Г) изобретательство.	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

37	<p>Реклама потребностей – это...</p> <p>А) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и её потребностях в чём-либо;</p> <p>Б) информирование потребителей о товаре;</p> <p>В) реклама товара для определённой группы потребителей;</p> <p>Г) <b>выявление среди потребителей потребности в данном товаре.</b></p>	<p>ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>
38	<p>Этапы разработки макета рекламы</p> <p>А) Неполный макет; оригинал-макет; эскиз; окончательный этап</p> <p>Б) <b>Эскиз; черновой макет; неполный макет; оригинал-макет; окончательный этап</b></p> <p>В) Эскиз; оригинал-макет; неполный макет; черновой макет</p> <p>Г) Черновой макет; оригинал-макет; неполный макет; окончательный этап</p>	<p>ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>
39	<p>Цель дизайна рекламы.</p> <p>А) Вызвать восхищение дизайном рекламы</p> <p>Б) <b>Упрощение восприятия ключевого сообщения рекламы</b></p> <p>В) Поиск готового рекламного продукта</p> <p>Г) Использование тропов для рекламной кампании</p>	<p>ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>
40	<p>Процесс рекламного творчества.</p> <p>А) Подготовительный; этап концентрации; синтез; слежение; иллюстрация</p> <p>Б) Подготовительный; синтез; адаптация; анализ и представление проекта; иллюстрация; адаптация.</p> <p>В) Подготовительный; инкубация идей; этап концентрации; синтез; иллюстрация; анализ и представление проекта; адаптация.</p> <p>Г) <b>Подготовительный; этап концентрации; инкубация идей; синтез; анализ и представление проекта; иллюстрация; слежение; адаптация.</b></p>	<p>ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.</p>
41	<p>Требования к образу рекламного продукта.</p> <p>А) <b>Сбалансированность, четкость, логическая ясность</b></p> <p>Б) Запоминаемость, обязательное наличие юмора</p> <p>В) Полихромность, наличие ярких цветов</p> <p>Г) Наличие узнаваемого персонажа, многофигурность</p>	<p>ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</p>
42	<p>К типологическим коммуникационным моделям рекламного образа относятся ...</p> <p>А) <b>образ-действие</b></p> <p>Б) образ-субстанция</p> <p>В) образ-видение</p>	<p>ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.</p>
43	<p>Визуальное и вербальное воплощение рекламного образа обуславливает</p> <p>А) ключ-подсказка</p> <p>Б) ай-стоппер</p> <p>В) <b>слоган-идея</b></p> <p>Г) сюжет</p>	<p>ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.</p>
44	<p>Визуальные коммуникации в рекламе это</p>	<p>ПК 4.2. Разрабатывать</p>

	<p>А) Это всегда обращение к целевой аудитории; рассказ о продукте с помощью изображений, нацеленный повлиять на выбор покупателя</p> <p>Б) Это вербальная информация</p> <p>В) Это способ донести до покупателя информацию с помощью текста</p>	творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
45	<p>Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций?</p> <p>а) выставки/ярмарки;</p> <p>б) спонсорство;</p> <p>с) маркетинговую информационную систему;</p> <p>д) рекламу</p>	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

### Критерии оценивания теста

- 80-100% - отлично (30 б.)  
60 – 79% – хорошо (20 б.)  
40 – 59% - удовлетворительно (10 б.)  
Менее 40% - неудовлетворительно (0 б.)

### Задание II уровня «Решение практико-ориентированных профессиональных задач»

#### Практическое задание для проведения демонстрационного экзамена

#### Вопросы к устным опросам

##### Тема «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

1. Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта.
2. Основные этапы разработки рекламного продукта.
3. Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы.
4. Характеристики процесса разработки рекламного обращения.

##### Тема «Приемы и принципы составления рекламного текста»

1. Рекламный текст: приемы и принципы разработки.
2. Восприятие в рекламном тексте.
3. Создание эффективного рекламного текста.
4. Виды рекламы и рекламный текст.
5. Копирайтинг. Типы копирайтинга.
6. PR-копирайтинг, рерайтинг, спичрайтинг, постинг.

##### Тема «Шрифтовая графика в рекламе»

1. Шрифт: термины и определения.
2. Принципы построения шрифтов.
3. Основные требования к выбору шрифта в рекламе.
4. Психология восприятия шрифта в рекламе.

##### Тема «Композиционное построение в рекламе»

1. Виды и характеристики композиции.
2. Законы композиции.
3. Основные принципы построения рекламы.
4. Основные принципы дизайна.
5. Средства гармонизации в дизайне

##### Тема «Фирменный стиль»

1. Понятие фирменного стиля и его функции.
2. Элементы фирменного стиля.

3. Носители фирменного стиля.
4. Брендбук: понятие брендбука, содержание, этапы создания брендбука.
5. Принципы разработки фирменного стиля.
6. Влияние цвета, шрифта и композиции на фирменный стиль.
7. Этапы разработки фирменного стиля.
8. Принципы разработки товарного знака.
9. Влияние цвета, шрифта и композиции на фирменный стиль товарного знака.
10. Этапы разработки товарного знака.
11. Понятие логотипа. Основные стили для логотипа
12. Классификация логотипов по способу ассоциативного воздействия
13. Классификация логотипов по типу исполнения
14. Изображения для логотипов.
15. Логотип в различных цветовых и тоновых сочетаниях.
16. Основные методы создания логотипа
17. Эмблемы. Текст и знак в логотипе. Тестирование логотипов.
18. Тестирование логотипов.
19. Визитные карточки, как основной вид печатной продукции
20. Функции визиток. Главные принципы дизайна визиток
21. Виды визитных карточек и особенности их исполнения
22. Обоснование выбора материалов для изготовления визиток
23. Понятия и определения сувенирной продукции.
24. Главные принципы дизайна сувенирной продукции

#### **Критерии оценивания устного опроса**

- 80-100% - отлично (20 б.)  
 60 – 79% – хорошо (15 б.)  
 40 – 59% - удовлетворительно (10 б.)  
 Менее 40% - неудовлетворительно (0 б.)

#### **Задание для экзаменуемого**

##### **Задание:**

Вы являетесь менеджером-дизайнером в самарском цирке. К вам поступила информация о том, что 17 июля в 12.00 на арене цирка будет выступать Юрий Куклачев с программой «Коты-мореходы». Ваша задача составить бриф на разработку афиши для цирка, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта
- заполните бриф (см. Приложение 1);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек» (см. Приложение 2);
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (см. Приложение 3)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на москит в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по 42.02.01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

#### **Условия выполнения комплексного практического задания**

Оборудование и программное обеспечение:

- персональные компьютеры (9 шт.);
- пакет Adobe: Illustrator, Photoshop, Reader.

- OpenOffice, программа просмотра факсов и изображений.
- локальная сеть, Интернет

**Расходные материалы:**

- бумага;
- карандаши;
- шариковые ручки;
- ластик.

**Документация:**

- шаблон технического задания (брифа) на разработку креатива/дизайна (прилагается отдельным документом);
- текст «Театр кошек»;
- технические требования к макету афиши (прилагается отдельным документом)
- инструкция по технике безопасности и охране труда.

**Норма времени на одного кандидата:**

- 2 часа, 40 минут в том числе (примерно):
- изучение задания и технической документации, подготовка к работе - 15 минут;
- анализ аналогов – 10 минут;
- заполнение брифа, формулирование концепции – 20 минут;
- составление рекламного текста для афиши – 20 минут;
- создание макета афиши – 50 минут;
- сохранение макета – 15 минут;
- размещение макета афиши на москвир в программе Adobe Photoshop – 20 минут;
- сохранение работы в личной папке на диске D и проверка – 10 минут.

**Место проведения экзамена:**

Учебный кабинет, лаборатория

**Приложения:**

Приложение 1.	Техническое задание (бриф) на разработку креатива/дизайна
Приложение 2.	Текст «Театр кошек»
Приложение 3.	Технические требования к афише.
Приложение 4.	Инструкция по технике безопасности и охране труда

**Техническое задание (бриф) на разработку креатива/дизайна**

I

1. Дата заполнения

2. Срок сдачи проекта

3. Телефон/факс

4. Сайт

5. e-mail

6. Контактное лицо

II

1. **Официальное название предприятия** (полное, краткое, на русском, на латинском/ином языке)

2. **Общие сведения о проекте** - Вид рекламы (печатная, наружная, прочее)

3. **Бюджет проекта** на разработку рекламных материалов (дизайн и/или изготовление)

4. **Что представляет собой продукт, услуга** (краткое описание)

5. **Укажите уникальные свойства продукта**

6. **Рекламная стратегия**

- Какова цель афиши?
- Какого результата от нее мы ожидаем?

7.

8. **На какие действия потребителя она рассчитана?**

**Целевая аудитория**

- Кто покупает продукт?

- Кто использует/ потребляет продукт?

**Опишите целевую аудиторию своими словами:** что это за люди, как они выглядят, чем заняты?

---

---

**9. Основное рекламное утверждение или предложение.** Опишите побудительную мысль одной фразой – в каком направлении, по-вашему, стоит развивать мысль креативной команде. Например: «Вкус этого сока знатоки запомнят надолго» или «Только для тех, кому нужна безукоризненная чистота звука».

**Общие пожелания по макету:**

---

---

**10. Есть ли текст макета?** \_\_\_\_\_ **Утвержден ли текст окончательно?** (приложить)

---

---

**11. Технические требования к дизайну и изготовлению** (вид, формат, технологические параметры, обязательные элементы и т.д., качественные и количественные характеристики)

---

---

**12. Изобразительные средства** (текст, фотографии, рисунки) **Приложить**

**13. Цветовое решение** (яркие цвета или сдержанные, монохромность)

---

---

**14. Количество используемых цветов**

---

---

**15. Есть ли фирменные цвета?**

C = . M = . Y = . K = . Pantone \_\_\_\_\_

C = . M = . Y = . K = . Pantone \_\_\_\_\_

C = . M = . Y = . K = . Pantone \_\_\_\_\_

C = . M = . H = . K = . Pantone \_\_\_\_\_

**16. Наличие дополнительного текста / слогана.** Представленный Заказчиком текст утвержден в общем или полностью.

---

---

**17. Используется ли в рекламном сообщении какой-либо постоянный элемент(ы) / персонаж(и).**

---

---

**18. Основное рекламное сообщение/ какую мысль мы хотим донести до потребителя, и какие ответные чувства мы хотим вызвать у потребителя / предложение, которое хочет сделать Клиент / информация, которую хочет донести Клиент.**

---

---

*Приложите к настоящему брифу все рекламные материалы в электронном виде (ролики, буклеты, проспекты, каталоги, эскизы макетов, образцы фирменного стиля и т.д.)*

## Театр кошек

Театр кошек – источник оптимизма и жизненных сил. Он помогает детям вырасти добрыми, хорошими людьми, относящимися по-человечески и к кошке, и к каждому живому существу на нашей любимой планете.

Театр кошек – единственный в своем роде – был создан Юрием Куклачевым более чем 30 лет назад. Считается, что кошки не поддаются дрессуре, поэтому их никто и никогда не задействовал в цирковых программах. И когда на арене цирка впервые появился клоун с дрессированной кошкой – это была сенсация. Позже, в Москве был открыт «Театр кошек», не имеющий аналогов в мире.

Праздничное представление всемирно известного клоуна увлечет зрителей в волшебный мир чудес, где проводниками будут полюбившиеся артисты театра Куклачева и, конечно же, четвероногие любимцы! В спектакле принимают участие 30 кошек и собак. Приходите на «Коты — мореходы» всей семьей – зрелищное шоу понравится и детям, и взрослым!

Приглашаем Вас в морское путешествие с Котами-Мореходами на великолепном корабле.

Нас ожидают опасные и увлекательные приключения! Вход только в тельняшках!

Каждому юному путешественнику - диск с видеофильмом от Ю.Д. Куклачева в подарок!

Актеры: н. а. России Ю. Куклачев

Продолжительность спектакля: 1 час 40 минут с одним антрактом.

Детям до 3-х лет вход бесплатный.

Телефон Самарского цирка 7 (846) 242-39-74

пн-пт 9:00–18:00; сб,вс 10:00–19:00

Самара,

**Технические требования к афише**

**Формат А 2 (420x594 мм)**

**Ориентация - исключительно вертикальная.**

**Цветовая кодировка: CMYK**

**Разрешение: 300 dpi**

**Формат файла: TIFF, PSD, PDF**

Файлы должны содержать альфа-каналов, слоев и путей;

Все растровые изображения должны иметь разрешение не менее 250 ppi и не более 300 ppi.

Все тексты и надписи в макете должны быть переведены в кривые (если макет делается в векторной программе).

Масштаб изображений 1:1.

Минимальный допустимый шрифт 7-8 кегль. (высота буквы не меньше 1.3 мм.).

Рекомендуемый размер шрифта 10-14 кегль (высота буквы 2.3 мм).

В макете не должно быть никаких эффектов (Extrude, Envelope, Lens, Transparency и т.п.), все эффекты должны быть слиты в растровое изображение.

В макете не должно быть никаких заливок (Fountain Fill, Pattern Fill, Texture Fill), все заливки должны быть слиты в растровое изображение.

Размер листа должен совпадать с обрезным форматом готового изделия.

В макете не должно быть объектов, которые не предполагается выводить на печать (например сведений, которые должны содержаться в техническом задании), а также «невидимых» объектов и объектов, спрятанных под другими.

Обратите внимание на то, как близко расположены значимые части макета к линии реза. Может получиться так, что небольшая погрешность резки или вырубki существенно отразится на внешнем виде готового изделия, если это расстояние мало.

Не забывайте про полиграфические вылеты (5 мм с каждой стороны).

## Инструкция для экзаменуемого по процедуре оценки итоговых образовательных результатов по профессиональному модулю

1. Прибыв на экзамен, зарегистрируйтесь у секретаря аттестационно-квалификационной комиссии и получите «Экзаменационный пакет экзаменуемого».
2. Пройдите инструктаж по технике безопасности и распишитесь в соответствующем журнале учёта.
3. Пройдите в указанное место для выполнения практических заданий.
4. Изучите содержание «Экзаменационного пакета экзаменуемого».
5. Выполните комплексное практическое задание в установленное время (указано в условиях выполнения задания), соблюдая правила охраны труда и установленный порядок ведения работ.
6. Во время выполнения задания Вам предоставляется возможность получить консультации у членов аттестационно-квалификационной комиссии по следующим вопросам:
  - неисправность или некомплектность предложенного оборудования, инструмента;
  - некомплектность или отсутствие должного качества расходных материалов;
  - необходимость посещения туалетной комнаты;
  - необходимость сделать срочный телефонный звонок;
  - ухудшение самочувствия.
7. По завершению каждого практического задания отчитайтесь членам аттестационно-квалификационной комиссии (сдайте работу на экспертизу).
8. Приведите в порядок рабочее место

### Пакет эксперта-экзаменатора

Документ 1.	Комплексное практическое задание (из Экзаменационного пакета кандидата).
Документ 2.	Инструментарий оценки комплексного практического задания (показатели, критерии оценки, Техническое задание (бриф) на разработку креатива/дизайна, Технические требования к афише, сводные оценочные таблицы результатов сформированности профессиональных компетенций
Документ 3.	Сводная оценочная таблица результатов освоения вида профессиональной деятельности разработка и создание дизайна рекламной продукции.
Документ 4.	Условия положительного/отрицательного заключения по результатам оценки итоговых образовательных результатов по профессиональному модулю.
Документ 5.	Инструкция для эксперта-экзаменатора по процедуре оценки итоговых образовательных результатов по профессиональному модулю.

№ п/п	Критерии оценки показателей	Количество баллов
<b>Показатель Умение осуществлять поиск рекламных идей</b>		
1	Выбирает правильные изобразительные средства и материалы для передачи рекламной идеи.	10
2	Рекламная идея соответствует тематике и характеру содержания рекламного объявления	
<b>Показатель Осуществляет художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</b>		
3	Выполняет художественное конструирование в соответствии с техническими требованиями.	10
4	Выполняет макеты рекламной деятельности с учетом выбранной технологии.	

5	Выбирает оптимальные изобразительные средства рекламы, соответствующие типу рекламной модели.	
6	Соблюдает правила охраны труда и техники безопасности при выполнении моделей (макеты, сценарии).	
Показатель Разрабатывает авторские рекламные проекты.		
7	Разрабатывает индивидуальный авторский проект.	10
8	Делает проект в соответствии с требованиями.	
9	Созданный проект соответствует заданным условиям. За каждый параметр, не соответствующий техническим требованиям снимается по 3 балла.	
Показатель Составляет и оформляет рекламные объявления.		
10	Составляет рекламный текст для объявления	10
11	Грамотно оформляет рекламный текст	
Показатель Умение создавать визуальные образы с рекламными функциями.		
12	Создает визуальный образ с рекламными функциями.	10
13	Визуальный образ соответствует содержанию рекламного объявления.	

**Критерии оценки выполнения задания:  
Перевод значения оценки освоения**

50 баллов – «отлично»  
40 баллов – «хорошо»  
30 баллов – «удовлетворительно»  
Менее 30 б.- «неудовлетворительно»

**Порядок перевода баллов в систему оценивания.**

Максимальное количество баллов, которое возможно получить за выполнение задания демонстрационного экзамена, принимается за 100%. Перевод баллов в оценку может быть осуществлен на основе таблицы.

Оценка ГИА	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
Отношение полученного количества баллов к максимально возможному (в процентах)	0,00% - 19,99%	20,00% - 40,00%	41,00% - 69,99%	70,00% - 100,00%

**4. ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ (ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА)**

Работа по подготовке и написанию дипломной работы ведутся обучающимся под руководством назначенного руководителя в течение последнего года обучения. Темы ДП имеют практико-ориентированный характер и соответствуют содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Практическая часть дипломной работы выполняется по материалам практики. В период прохождения практики обучающийся должен сформировать практическую часть дипломной работы. Руководитель практики проводит консультации по требованиям, предъявляемым к содержанию практической части дипломной работы и отчету по практике. Консультации проводятся в соответствии с установленным графиком в группах и индивидуально с каждым обучающимся.

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

**Примерный перечень тем дипломных проектов (работ)**  
**ВСЕ ТЕМЫ ПИШУТСЯ НА ПРИМЕРЕ КОНКРЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**  
(организация преддипломной практики и объект исследования ДП совпадают)

1. Разработка оригинал - макета серии буклетов (на примере конкретной организации).
2. Event-мероприятия как инструмент продвижения бренда (на примере компании...)
3. Разработка и выполнение в материале элементов фирменного стиля (на примере конкретной организации).
4. Разработка и производство наружной рекламы (на примере компании...)
5. Разработка комплекса маркетингового продвижения компании (на примере предприятия)
6. Разработка коммуникационной стратегии предприятия на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций на примере компании (на примере предприятия...)
7. Разработка и формирование системы продвижения сувенирной продукции (на примере компании...)
8. Фирменный стиль как основа идентификации организации: разработка брендбука для компании...
9. Разработка печатной полиграфической продукции в рамках рекламной политики компании (на примере компании...)
10. Разработка рекламной кампании туристической фирмы (на примере конкретной организации).
11. Разработка рекламной кампании магазина одежды (на примере конкретной организации)
12. Разработка рекламной кампании журнала (на примере конкретного журнала).
13. Разработка рекламной кампании фитнес-центра (на примере конкретной организации).
14. Разработка рекламной кампании ветеринарной клиники (на примере конкретной организации).
15. Разработка и конструирование концепции фирменного стиля компании на примере конкретного предприятия
16. Принципы и особенности психологического воздействия рекламы на потребителей: разработка рекламной кампании на примере конкретного предприятия.
17. Разработка рекламной кампании социальной направленности на примере благотворительной организации или фонда.
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.
19. Разработка (управление) рекламной кампании в социальных сетях, на примере конкретного предприятия.
20. Разработка (совершенствование, управление) PR кампании как способа формирования новой позиции бренда, на примере конкретного предприятия.
21. Организация special events на рынке для ТМ или компании, на примере конкретного предприятия.
22. Организация корпоративных мероприятий как элемента корпоративной культуры, на примере конкретного предприятия.
23. Разработка (совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет, на примере конкретного предприятия.

24. Организация (совершенствование, управление) продаж с помощью социальных сетей, на примере конкретного предприятия.
25. Оценка (совершенствование, управление) репутации бренда в сети Интернет (социальных медиа), на примере конкретного предприятия.
26. Совершенствование сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет (на примере конкретной организации).
27. Разработка уникального контента как эффективный способ продвижения бренда с помощью SMM, на примере конкретного предприятия.
28. Разработка вирусного контента для продвижения бренда в социальных медиа, на примере конкретного предприятия.
29. Методы привлечения внимания общества к социальным проблемам.
30. Фирменный стиль и его роль в продвижении компании.
31. PR фирмы. Технологии и эффективности.
32. Социальная реклама, как инструмент привлечения внимания к проблемам реабилитационных центров.
33. Продвижение социальной проблемы в социальных сетях на примере темы: Здоровый образ жизни.
34. PR и реклама как инструмент формирования имиджа организации.
35. Фирменный стиль как система идентификации организации.
36. Печатная реклама и фотография как способ освещения социальной проблемы в интернете.
37. Продвижение социальной проблемы в социальных сетях.
38. Связи с общественностью и PR социального проекта.
39. Разработка концепции роликов социальной рекламы.
40. Продвижение услуг в социальных сетях.
41. Креатив текстов и образов рекламного продукта в коммуникационной стратегии организации.
42. Скрытая реклама, как инструмент продвижения продукции.
43. Роль социальной рекламы в формировании морально-этических ценностей у молодежи.
44. Актуализация социальных проблем по средствам социальных сетей.
45. Разработка социальной кампании рекламными средствами (на конкретном материале).

**Критерием оценки** дипломного проекта (работы) является установленная комиссией степень освоения профессиональных компетенций, соответствующих теме работы.

Результаты защиты дипломного проекта (работы) определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно" решением ГЭК (ИЭК) и оформляются отдельным протоколом.

Для обучающихся предусмотрена единая оценка по государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации), формируемая исходя из результатов демонстрационного экзамена и защиты дипломной работы. При этом оценка по дипломной работе может изменить оценку по демонстрационному экзамену, но не более чем на 1 балл.

Результаты государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации) определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно" и объявляются в день защиты ДП после оформления в установленном порядке протоколов заседаний государственной экзаменационной комиссии (итоговой экзаменационной комиссии).

#### **Критерии оценки защиты дипломной работы (проекта)**

Объем дипломного проекта составляет 35-50 страниц печатного текста.

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

Тема ДП соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Структура диплома 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».

#### **По результатам защиты ДП (дипломного проекта) выставляются:**

- **оценка «5» (отлично):**

- график подготовки ДП выполнен в срок; структура, содержание и объем ДП соответствует требованиям на 100%;
- работа оформлена в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации выполнения, подготовке и защите дипломного проекта (работы)»;
- содержание ДП 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;
- 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 ДП выполнен в срок; структура, содержание и объем ДП соответствует требованиям на 100%;
- в оформлении работы допущены отступления от «Методическими рекомендациями по организации выполнения, подготовке и защите дипломного проекта (работы)»;
- содержание ДП полностью соответствует выбранной теме, тема дипломного проекта полностью раскрыта, продемонстрирована актуальность выбранной темы, приведет критический разбор практического опыта по исследуемой проблеме, сделаны соответствующие выводы и обоснованные предложения;
- имеются положительные отзывы руководителя дипломного проекта;
- 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 ДП соответствует требованиям на 75%;

- в оформлении работы допущены отступления от «Методическими рекомендациями по организации выполнения, подготовке и защите дипломного проекта (работы)»
- содержание ДП 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, содержание замечания к оформлению ДП;
- 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 ДП соответствует требованиям менее чем на 50%;
  - работа оформлена без учёта требований, изложенных в «Методическими рекомендациями по организации выполнения, подготовке и защите дипломного проекта (работы)»;
  - содержание ДП не соответствует выбранной теме, не продемонстрирована актуальность выбранной темы, практическая часть ДП выполнена некачественно либо отсутствует, выводы не приведены;
  - отсутствуют положительные отзывы руководителя дипломного проекта;
  - 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.

**Порядок формирования итоговой оценки по результатам государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации) в форме защиты дипломной работы (проекта)**

Суммарная оценка по специальности 42.02.01 Реклама формируется исходя из результатов каждого этапа итоговой государственной аттестации (защиты выпускной квалификационной работы):

- 1) демонстрационного экзамена;
- 2) защиты дипломной работы (дипломного проекта).

Результаты выполнения заданий демонстрационного экзамена переводятся в оценки по пятибалльной системе оценивания:

<b>Оценка ДЭ</b>	<b>«2»</b>	<b>«3»</b>	<b>«4»</b>	<b>«5»</b>
Отношение количества баллов к максимально возможному, в %	0,00%– 19,99%	20,00%– 39,99%	40,00%– 69,99%	70,00%– 100,0%

Результаты защиты дипломной работы (дипломного проекта) оцениваются по пятибалльной системе в соответствии с пунктом.

Суммарная оценка государственной итоговой аттестации в форме защиты выпускной квалификационной работы выставляется по пятибалльной системе и определяется как средняя за два этапа и/или с приоритетом оценки по защите дипломной работы (дипломного проекта).

Суммарная оценка итоговой государственной аттестации (защиты выпускной квалификационной работы) в баллах определяется (как средняя арифметическая) по формуле:

оценка за демонстрационный экзамен + оценка за защиту дипломной работы (дипломного проекта)

2

Итоговая оценка по Государственной итоговой аттестации (за защиту дипломного проекта / дипломной работы) оформляется протоколом Государственной экзаменационной комиссии в день защиты дипломного проекта (дипломной работы). При возникновении разногласий по вопросу итоговой оценки обучающегося решающий голос принадлежит председателю Государственной экзаменационной комиссии.

**ОЦЕНИВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА НА ЗАЩИТЕ  
ДИПЛОМНЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ)  
специальность 42.02.01 Реклама**

**ЛИСТ ЭКЗАМЕНАТОРА**

Дата проведения: \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Фамилия, имя, отчество председателя (члена) государственной экзаменационной комиссии (экзаменационной комиссии):

№	ФИО студента	Количество баллов за			Уровень сформированности компетенций		Общее количество баллов	Результаты демонстрационного экзамена	Итоговая оценка	Примечание
		Содержание	Оформление	Защита	Ответы на вопросы	ОК				
		макс. 10 баллов	макс. 4 баллов	макс. 2 баллов	макс. 4баллов					

Подпись: \_\_\_\_\_

## Календарный план выполнения ДП

№ п/п	Наименование этапов	Срок выполнения ДП
1.	Ознакомление с программой ГИА (ИА)	За 6 месяцев до начала ГИА (ИА)
2.	Закрепление за выпускниками тем ДП, руководителей. Оформление приказа.	За 6 месяцев до начала ГИА (ИА)
3.	Выдача студентам индивидуальных заданий и составление графиков выполнения разделов ДП	За 2 недели до производственной практики (преддипломной)
4.	Ознакомление обучающихся и ГЭК с расписанием ГИА	до 17.04.202_
5.	Подбор, изучение и анализ литературы	Период прохождения производственной практики (преддипломной) - 4 недели с 20.04.202_ по 17.05.202_
	Сбор и обобщение практического материала	
	Проведение, собственных исследований и анализ полученных результатов	
	Разработка рекомендаций по результатам исследований	
6.	Работа над разделами. Написание и оформление работы. Согласование и консультации с руководителем ДП. Доработка в соответствии с замечаниями руководителя ДП.	с 18.05.202_ по 14.06.202_
7.	Утверждение плана проведения ДЭ	до 28.04.202_
8.	Приказ о допуске к ГИА (ИА)	15.05.202_
9.	Ознакомление с планом проведения ДЭ обучающихся и лиц, задействованных в проведении ДЭ	за 5 рабочих дней до даты проведения ДЭ (по расписанию ГИА)
10.	Подготовка к демонстрационному экзамену	18.05.202_ - 20.05.202_
11.	<b>Демонстрационный экзамен</b>	<b>22.05.202_ – 07.06.202_</b> <b>в соответствии с расписанием</b>
12.	Отзыв руководителя ДП, нормоконтроль, антиплагиат.	1 неделя до защиты ДП
13.	Представление и регистрация готовой ДП на кафедре, решение о допуске ДП к защите	08.06.202_ – 14.06.202_
14.	<b>Защита дипломного проекта (работы)</b>	<b>15.06.202_ – 28.06.202_</b> <b>в соответствии с расписанием</b>