

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ПРОГРАММА

**государственной итоговой аттестации
по специальности 42.02.01 Реклама**

Квалификация выпускника: специалист по рекламе

Форма обучения: очная

выпуск 2027 год

Москва 2024

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Программа государственной итоговой аттестации (далее - ГИА) выпускников по специальности 42.02.01 Реклама разработана в соответствии с:

- Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (далее - ФГОС), утвержденным Приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г. № 552;

- Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 08.11.2021г. № 800 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 05.05.2022г. № 311 «О внесении изменений в Приказ Министерства просвещения российской федерации от 08.11.2021г. № 800 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

- Положением о государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования (далее - СПО) выпускников Гуманитарного колледжа.

Программа ГИА разработана рабочей группой преподавателей и одобрена предметной (цикловой) комиссией общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Целью ГИА является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы – программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) соответствующим требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

1.3. Программа ГИА доводится до сведения студентов за шесть месяцев до начала ГИА. К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или

индивидуальный учебный план, предусмотренные ППСЗ по специальности 42.02.01 Реклама.

Допуск обучающихся к ГИА объявляется приказом ректора / проректора РГГУ.

1.4. Объем времени и вид (виды) аттестационных испытаний, входящих в состав ГИА студентов, устанавливаются ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама базового уровня подготовки.

Допускается проведение государственной итоговой аттестации в форме защиты выпускной квалификационной (дипломной) работы по образовательным программам среднего профессионального образования - программам подготовки специалистов среднего звена с применением дистанционных образовательных технологий в порядке, определяемом образовательной организацией. Решение о проведении государственной итоговой аттестации в дистанционном режиме принимается на основании решения органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, осуществляющего функции управления в сфере образования (или учредителя образовательной организации), и закрепляется соответствующим распорядительным актом.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА

2.1. Вид и сроки проведения государственной итоговой аттестации

2.1.1. ГИА является одним из разделов программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

2.1.2. ГИА выпускника Гуманитарного колледжа РГГУ по специальности 42.02.01 Реклама включает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы (далее - ВКР), которая выполняется в виде дипломной работы.

2.1.3. Подготовка и проведение ГИА — в соответствии с календарным графиком учебного процесса в 2026 – 2027 учебном году.

2.2. Условия подготовки и процедура проведения государственной итоговой аттестации

2.2.1. ГИА проводится государственной экзаменационной комиссией (далее - ГЭК). Целью работы ГЭК является определение соответствия результатов освоения обучающимися ППССЗ соответствующим требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

2.2.2. Работа ГЭК и ее председателя осуществляется в соответствии с:

– Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 08.11.2021г. № 800 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

□ Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 05.05.2022г. № 311 «О внесении изменений в Приказ Министерства просвещения российской федерации от 08.11.2021г. № 800 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

– Положением о Гуманитарном колледже;

– Положением о государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования выпускников Гуманитарного колледжа;

– Учебно-методической документацией, разработанной колледжем на основе ФГОС в части требований к результатам освоения ППСЗ по специальности 42.02.01 Реклама, и предоставляемой на заседания ГЭК.

2.2.3. Численность ГЭК составляет не менее 5 человек. Ответственный секретарь и состав ГЭК назначается приказом ректора / проректора РГГУ по представлению директора Гуманитарного колледжа.

2.2.4. Председатель ГЭК утверждается курирующим Министерством.

2.2.5. Местом работы комиссии является оборудованная аудитория, за подготовку которой отвечают ответственный секретарь ГЭК, и работники учебной части Гуманитарного колледжа. В подготовку помещения входит:

– организация стола заседаний для работы ГЭК, включая рабочее место ответственного секретаря;

– подготовка места экспозиции авторских работ, обучающихся;

– подготовка мультимедийного оборудования.

На заседания ГЭК представляются следующие документы:

- 1) ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;
- 2) Программа ГИА;
- 3) Приказ ректора / проректора РГГУ о допуске обучающихся к прохождению ГИА;
- 4) Приказ ректора / проректора РГГУ об утверждении тематики ВКР по специальности, руководителей ВКР и оппонентов;
- 5) Задания к ВКР, подписанные руководителями ВКР и выпускниками, утвержденные руководством колледжа;
- 6) Завершенные ВКР (2 экземпляра), удовлетворяющие необходимым требованиям;
- 7) Отзывы руководителей ВКР;
- 8) Рецензии на ВКР;
- 9) Сведения об успеваемости обучающихся (сводная ведомость);
- 10) Аттестационные листы, подтверждающие прохождение производственной (преддипломной) практики;

11) Характеристики с оценкой из организации / предприятия о прохождении производственной (преддипломной) практики;

12) Зачетные книжки обучающихся;

13) Книга протоколов заседаний ГЭК.

2.2.6. ГИА с применением дистанционных образовательных технологий проводится в режиме видеоконференции.

Доступ к системе (сервису) проведения видеоконференций осуществляется посредством сети Интернет. Информация о выбранной программе доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за две недели до начала работы ГЭК.

Обязательным условием проведения ГИА с применением дистанционных образовательных технологий является идентификация личности обучающегося. Идентификация личности обучающегося осуществляется путем предъявления для обозрения членам ГЭК паспорта или другого документа, удостоверяющего личность. При этом должны быть отчетливо видны фотография обучающегося, его фамилия, имя, отчество, номер документа, удостоверяющего личность. В случае невозможности идентификации личности, обучающийся отстраняется от прохождения ГИА.

2.2.7. Расписание проведения ГИА, утвержденное директором колледжа, доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за две недели до начала работы ГЭК.

2.2.8. На защите ВКР разрешено использовать следующие средства обучения, литературные и иные источники:

- мультимедийный комплекс для демонстрации презентации (проектор, экран, компьютер);

- ВКР, доклад к защите ВКР;

- нормативно-правовую документацию;

- нормативные акты.

2.2.9. Обучающимся и лицам, привлекаемым к государственной итоговой аттестации, во время ее проведения запрещается иметь при себе и использовать

средства связи, за исключением средств связи, которые используются для проведения ГИА с применением дистанционных образовательных технологий.

2.2.10. Защита ВКР проводится на открытом заседании ГЭК с участием не менее двух третей ее состава.

2.2.11. На защиту ВКР отводится время до 45 минут. Процедура защиты устанавливается председателем ГЭК и включает доклад обучающегося (не более 10-15 минут), просмотр работы обучающегося, чтение отзыва и рецензии, вопросы членов комиссии, ответы обучающегося. Может быть предусмотрено выступление руководителя ВКР, а также оппонента, если они присутствуют на заседании ГЭК.

2.2.12. Результаты защиты ВКР обсуждаются на закрытом заседании и оцениваются простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя (при равном числе голосов голос председателя, а при его отсутствии — заместителя председателя, является решающим).

2.2.13. Решение о результатах защиты выпускной квалификационной работы и присвоении квалификации принимается на закрытом заседании ГЭК.

2.2.14. Результат защиты ВКР объявляется в тот же день.

2.2.15. Заседания ГЭК протоколируются. В протоколе записываются: тема ВКР, фамилии руководителя и оппонента работы, результаты защиты ВКР, и решение о присвоении квалификации, вопросы и, если необходимо, особые мнения членов комиссии. Протоколы подписываются председателем ГЭК (в случае отсутствия председателя – его заместителем) и ответственным секретарем комиссии. Ведение протоколов осуществляется в прошнурованной книге, листы которой пронумерованы. Книга протоколов заседаний ГЭК хранится в Гуманитарном колледже РГГУ.

2.2.16. Ежегодный отчет о работе ГЭК обсуждается на Педагогическом совете колледжа и хранится в Гуманитарном колледже.

2.2.17. Решение ГЭК о присвоении квалификации выпускникам, прошедшим ГИА, и выдаче документа об образовании и о квалификации – диплома о среднем профессиональном образовании оформляется приказом ректора РГГУ.

2.3. Критерии оценки знаний, уровня и качества подготовки выпускника

2.3.1. ВКР призвана способствовать систематизации и закреплению знаний выпускника, а также определению уровня готовности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. ВКР предполагает самостоятельную подготовку (написание) выпускником работы, демонстрирующей уровень знаний выпускника в рамках выбранной темы, а также сформированность его профессиональных умений и навыков.

2.3.2. Результаты защиты ВКР определяются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

2.3.3. Лицам, не проходившим ГИА по уважительной причине, предоставляется возможность пройти ГИА без отчисления из колледжа.

Дополнительные заседания ГЭК организуются в установленные колледжем сроки, но не позднее четырех месяцев после подачи заявления лицом, не проходившим ГИА по уважительной причине.

2.3.4. Обучающиеся, не прошедшие ГИА или получившие на ГИА неудовлетворительные результаты, проходят ГИА не ранее чем через шесть месяцев после прохождения ГИА впервые.

Для прохождения ГИА лицо, не прошедшее ГИА по неуважительной причине или получившее на ГИА неудовлетворительную оценку, восстанавливается в Гуманитарном колледже на период времени, установленный колледжем самостоятельно, но не менее предусмотренного календарным учебным графиком для прохождения ГИА соответствующей образовательной программе.

Повторное прохождение ГИА для одного лица назначается не более двух раз.

2.3.5. В критерии оценки знаний и уровня подготовки обучающегося по специальности входит (в соответствии с ФОС ГИА):

– соответствие тематики ВКР содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, ее актуальность, оригинальность и новизна, полнота раскрытия темы;

- качество обзора литературы и источников и его соответствие выбранной теме ВКР;

- актуальность, оригинальность, новизна, практическая ценность задач экспериментальной части, их соответствие теме исследования, полнота и качество раскрытия поставленных задач;

- соответствие оформления ВКР установленным нормам и требованиям;

- уровень освоения общих и профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС (п. 5.1, п. 5.2 раздела V ФГОС), учебными программами дисциплин и профессиональных модулей, продемонстрированный студентом при защите ВКР и ответе на дополнительные вопросы;

- уровень практических умений и результатов приобретенного практического опыта, продемонстрированных выпускником при защите ВКР;

- готовность к конкретным видам профессиональной деятельности специалиста по рекламе (п. 4.3 раздела IV ФГОС), уровень знаний и умений, позволяющий решать ситуационные (профессиональные) задачи, давать ответы на вопросы ГЭК; обоснованность, четкость, краткость ответов.

2.3.6. При определении окончательной оценки по защите ВКР учитываются следующие показатели:

- соответствие представленной ВКР установленным критериям;

- доклад выпускника по каждому разделу работы;

- ответы на вопросы;

- оценка оппонента;

- отзыв руководителя ВКР.

2.3.7. Критерии оценки.

Оценка «отлично» выставляется при условии выполнения следующих требований:

- представленная выпускная квалификационная работа соответствует всем установленным критериям, т.е.

- а) тематика ВКР соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей;

б) содержание ВКР соответствует заявленной теме, тема раскрыта полностью;

в) обзор литературы и источников отличается полнотой и обстоятельностью, соответствует выбранной теме;

г) практическая часть характеризуется актуальностью/ оригинальностью/ новизной/ ценностью поставленных задач, поставленные задачи сформулированы четко и ясно и соответствуют теме, исследование по поставленным задачам проведено в полном объеме, материал практической части приведен в наглядной форме, продемонстрирован достаточный уровень практических умений и результатов приобретенного практического опыта;

д) оформление соответствует установленным нормам и требованиям;

– доклад обучающегося по всем показателям демонстрирует в полном объеме овладение общими и профессиональными компетенциями, предусмотренными ФГОС (п. 5.1, п. 5.2 раздела V ФГОС), программами дисциплин и профессиональных модулей;

– обучающийся готов к конкретным видам профессиональной деятельности специалиста по рекламе (п. 4.3 раздела IV ФГОС);

– обучающийся ориентируется во всех дополнительных вопросах.

Оценка «хорошо» выставляется при условии выполнения следующих требований:

– тематика ВКР соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей;

– представленная ВКР соответствует всем или почти всем установленным критериям на хорошем уровне (не допускается несоответствие содержания заявленной тематике и требованиям по оформлению);

– доклад обучающегося показывает хорошее усвоение теоретического материала, овладение общими и профессиональными компетенциями, предусмотренными ФГОС (п. 5.1, п. 5.2 раздела V ФГОС), программами дисциплин и профессиональных модулей;

– обучающийся готов к конкретным видам профессиональной деятельности специалиста по рекламе (п. 4.3 раздела IV ФГОС);

– обучающийся ориентируется во всех дополнительных вопросах, при этом возможны некоторые неточности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в случае, если выполняются следующие условия:

– тематика ВКР соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей;

– представленная ВКР удовлетворяет всем требованиям по оформлению, соответствует заявленной теме, однако имеются существенные недостатки по её содержанию;

– обучающийся показывает неполное усвоение теоретического материала, овладение общими и профессиональными компетенциями, предусмотренными ФГОС (п. 5.1, п. 5.2 раздела V ФГОС), программами дисциплин и профессиональных модулей, отвечает не на все дополнительные вопросы;

– приложения удовлетворительного качества или не представлены.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае несоответствия ВКР установленным требованиям:

членами комиссии отмечается масса существенных недостатков по её содержанию, работа оформлена небрежно;

усвоение теоретического материала составляет менее 30%, выпускник показывает крайне слабое владение (или не владеет) общими и профессиональными компетенциями, предусмотренными ФГОС, программами дисциплин и профессиональных модулей;

по мнению членов комиссии, обучающийся не готов к конкретным видам профессиональной деятельности;

в процессе защиты обучающийся имеет весьма смутное представление о представленном на защиту исследовании, не может внятно представить свою выпускную работу, ответить на элементарные вопросы по тематике ВКР, наглядный материал не представлен.

3. РАЗРАБОТКА ТЕМАТИКИ И ВЫПОЛНЕНИЕ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

3.1. Требования к тематике выпускных квалификационных работ

3.1.1. Тематика ВКР разрабатывается преподавателями междисциплинарных курсов профессиональных модулей по специальности 42.02.01 Реклама Гуманитарного колледжа РГГУ и рассматривается предметной (цикловой) комиссией общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей специальности 42.02.01 Реклама. Тема выпускной квалификационной работы может быть предложена обучающимся при условии обоснования им целесообразности ее разработки. При этом тематика ВКР должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама.

3.1.2. Закрепление тем ВКР (с указанием руководителей и оппонентов) за обучающимися оформляется приказом ректора / проректора РГГУ.

Примерная тематика ВКР сформулирована в приложении к настоящей программе.

3.2. Руководство выпускной квалификационной работой

3.2.1. Руководство ВКР регламентируется Положением о государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования выпускников Гуманитарного колледжа.

3.2.2. Руководитель ВКР (далее – руководитель), а, при необходимости, консультант ВКР, назначается приказом проректора РГГУ.

3.2.3. Основными обязанностями руководителя ВКР являются:

- разработка индивидуального задания на ВКР;
- разработка совместно с обучающимся плана ВКР;
- оказание помощи обучающемуся в разработке индивидуального графика работы на весь период выполнения выпускной квалификационной работы;
- консультирование обучающегося по вопросам содержания и

последовательности выполнения ВКР;

- оказание помощи обучающемуся в подборе необходимых источников и литературы;
- контроль хода выполнения ВКР в соответствии с установленным графиком в форме регулярного обсуждения с обучающимся хода работ;
- оказание помощи (консультирование обучающегося) в подготовке презентации и доклада для защиты ВКР;
- подготовка и представление письменного отзыва о ВКР.

Закрепление обучающихся за руководителями осуществляется на заседании предметной (цикловой) комиссии общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей специальности 42.02.01 Реклама. К каждому руководителю может быть одновременно прикреплено не более 8 выпускников.

3.2.4. Задания к ВКР определяют основное содержание, примерный объем, сроки сдачи ВКР, рассматриваются предметной (цикловой) комиссией по специальности, подписываются выпускником, руководителем ВКР и утверждаются директором Гуманитарного колледжа.

3.2.5. Задания к ВКР выдаются не позднее, чем за один календарный месяц до начала производственной (преддипломной) практики обучающихся.

Выдача задания к ВКР сопровождается консультацией, в ходе которой разъясняются назначение и задачи, структура и объем работы, сроки сдачи, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей работы.

3.2.6. ВКР выполняются обучающимися, как в колледже, так и на предприятии (организации).

3.2.7. По завершении ВКР выпускник и руководитель подписывают ее и вместе с письменным отзывом и рецензией оппонента передают ответственному секретарю ГЭК по специальности.

3.2.8. Общий контроль хода выполнения ВКР осуществляют ответственный секретарь ГЭК по специальности, заведующий отделением СПО, председатель предметной (цикловой) комиссии общепрофессиональных дисциплин и

профессиональных модулей специальности 42.02.01 Реклама в соответствии с функциональными обязанностями.

3.3. Требования к структуре и оформлению выпускной квалификационной работы

3.3.1. По структуре ВКР состоит из:

- введения;
- теоретической части;
- практической части;
- заключения, содержащее выводы и рекомендации;
- списка источников и литературы;
- приложения.

3.3.2. Содержание структурных элементов:

Введение содержит обоснование актуальности темы исследования, цели, задачи, объект и предмет исследования, основные направления теоретических и практических разработок по выбранной теме, теоретико-методологическую базу исследования, структурное содержание работы.

Теоретическое освещение темы предполагает ответы на поставленные задачи на основе анализа имеющихся литературных и иных источников.

Практическая часть представляет собой конкретные разработки в соответствии с поставленными задачами и пояснения к ним.

Заключение должно содержать выводы и рекомендации по теме ВКР.

Приложение включает в себя таблицы, графики, диаграммы и другие формы представления результатов практической части.

3.3.3. В процессе подготовки ВКР выпускники используют методические рекомендации «Подготовка, написание и защита выпускной квалификационной работы», разработанные в колледже в помощь выпускнику. Оформление выпускной квалификационной работы выполняется соответственно нормам ГОСТ 7.32-2017 «Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе.

3.4. Рецензирование выпускных квалификационных работ

3.4.1. Рецензирование ВКР по специальности 42.02.01 Реклама осуществляется оппонентами.

Выполненные выпускные квалификационные работы рецензируются специалистами по тематике ВКР из государственных органов власти, сферы труда и образования, научно-исследовательских институтов, а также из числа преподавателей профильных дисциплин колледжа и РГГУ, работников предприятий, организаций.

3.4.2. Оппоненты ВКР назначаются приказом ректора / проректора РГГУ.

3.4.3. Рецензия включает:

- заключение о соответствии ВКР содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, заданию к ней;
- характеристику качества выполнения каждого раздела ВКР;
- характеристику степени разработки вопросов, оригинальности решений (предложений), теоретической, практической значимости работы;
- характеристику степени готовности выпускника к конкретным видам профессиональной деятельности специалиста по рекламе (п. 4.3 раздела IV ФГОС);
- общую оценку качества выпускной квалификационной работы.

На рецензирование одной выпускной квалификационной работы предусматриваются не более 4 часов.

3.4.4. Содержание рецензии доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за день до защиты ВКР.

3.4.5. Внесение изменений в ВКР после получения рецензии не допускается.

3.4.6. На заседании соответствующей предметной (цикловой) комиссии в присутствии руководства колледжа принимается решение о допуске и готовности ВКР к защите, после чего выпускная квалификационная работа передается в государственную экзаменационную комиссию.

3.5. Хранение выпускных квалификационных работ

3.5.1. Лучшие ВКР, представляющие учебно-методическую ценность, используются в качестве учебных пособий в кабинетах колледжа.

3.5.2. Продукты творческой деятельности подлежат хранению в колледже в течение пяти лет. Они могут быть использованы для экспозиции на выставках внутри и вне колледжа, использованы в качестве рекламы во всех видах печатных, электронных и мультимедийных изданий.

3.5.3. Выполненные обучающимися ВКР подлежат хранению после их защиты в колледже не менее пяти лет.

3.5.4. Списание ВКР оформляется соответствующим актом.

3.5.5. По запросу предприятия, учреждения, образовательной организации, директор колледжа имеет право разрешить снимать копии с ВКР выпускников.

4. ПЕРЕЧЕНЬ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ ДОКУМЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

– Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями);

– Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным Приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г. № 552;

– Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.06.2013г. № 464 «Об утверждении порядка и организации образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (с изменениями);

– Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 08.11.2021г. № 800 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

– Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 05.05.2022г. № 311 «О внесении изменений в Приказ Министерства просвещения российской

федерации от 08.11.2021г. № 800 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

– Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 02.06.2022 № 390 «Об утверждении образцов и описания диплома о среднем профессиональном образовании и приложения к нему» (Зарегистрировано в Минюсте России 12.08.2022 № 69621);

– Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 25.10.2013г. № 1186 «Об утверждении Порядка заполнения и выдачи дипломов о среднем профессиональном образовании и их дубликатов» (с изменениями);

– Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

– Методические рекомендации по организации выполнения и защиты ВКР в образовательных организациях, реализующих образовательные программы СПО по программам подготовки специалистов среднего звена (письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 20.07.2015г. № 06-846).

ПРИЛОЖЕНИЕ

к программе ГИА по специальности
42.02.01 Реклама (базовая подготовка),
выпуск 2027 г.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ***Профессиональный модуль******ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции***

1. Символика цвета в дизайне рекламы.
2. Проектная разработка креативной концепции бренда (на примере гостиничного комплекса, музыкального проекта и т.д.).
3. Графические знаки и символы в дизайне рекламы (на примере различных торговых марок).
4. Проектная разработка системы визуальных коммуникаций (на примере консалтингового агентства, антикризисного центра информации и т.д.).
5. Роль типографики в современном дизайне рекламы.
6. Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в разработке рекламных продуктов.
7. Специфика создания концептуальной стилистики городской среды.
8. Роль фирменного стиля для рекламного процесса.
9. Фирменный стиль как элемент корпоративной культуры.

Профессиональный модуль***ПМ.02 Производство рекламной продукции***

1. Рекламные технологии в гражданском дизайне.
2. Проектирование систем визуальных коммуникаций в городской среде (праздники, мероприятия).
3. Вербальная и визуальная идентификация бренда.
4. Проектная разработка системы визуальной идентификации телеканала.
5. Формообразование в дизайне упаковки парфюмерно-косметической продукции и ее влияние на потребительский рынок.
6. Особенности создания серии рекламной печатной продукции (на примере серии периодических изданий).
7. Роль портретной фотографии в рекламе.
8. Особенности фотосъемки для полиграфического воспроизведения.
9. Имиджевый портрет и особенности его воспроизведения.
10. Предмет, как образ рекламного продукта.
11. Рекламная фотосъемка интерьера.
12. Роль пейзажной фотографии в рекламе.
13. Особенности фотосъемки для модных каталогов.

14. Панорамы для рекламы и особенности их фотосъемки.
15. Анималистика, как жанр в рекламной фотографии.
16. Стереотипы и методика определения параметров фотосъемки.
17. Выразительность кадра, критерии оценки и методика определения.
18. Приемы построения композиций в рекламной фотографии.
19. Мода через призму фотоаппарата.
20. Разработка рекомендаций по использованию сложных световых сочетаний в рекламе.
21. Творческие направления в рекламной фотографии.
22. Факторы, влияющие на фотосъемку архитектурных объектов.
23. Фотосъемка автомобилей: технология воспроизведения.
24. Сюжет для рекламы - репортаж или жанровая фотография?
25. Фотография как средство для изготовления рекламы.
26. Условия фотосъемки как способ выразительности в рекламе.

Профессиональный модуль

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

1. Особенности воздействия социальной рекламы на потребителя.
2. Разработка малобюджетной рекламной кампании.
3. Оценка эффективности печатной рекламы.
4. Выставка как способ продвижения товаров и услуг.
5. Исследование психологии воздействия цвета в рекламе на потребителя.
6. Использование пиар - технологий в продвижении товаров и услуг.
7. Исследование особенностей психологического воздействия на потребителя наружной рекламы.
8. Исследование особенностей воздействия полиграфической рекламы на потребителя.
9. Исследование особенностей воздействия имиджевой рекламы на целевую аудиторию.
10. Исследование психологического воздействия цветового решения наружной рекламы на целевую аудиторию.
11. Имидж некоммерческой организации.
12. Анализ психологического воздействия социальной рекламы на потребителя.
13. Оценка эффективности использования полиграфической продукции для продвижения услуг.
14. Реклама в системе современного маркетинга.

Профессиональный модуль

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

1. Влияние дизайна упаковки на уровень продаж.
2. Методы продвижения кампании в публичном мероприятии (на примере выставок, конференций, фестивалей и т.д.).
3. Сайт как способ позиционирования кампании.

4. Визуальная концепция и рекламное продвижение музыкального фестиваля.
5. Типографика в формировании рекламного продвижения бренда.
6. Роль и функции упаковки при формировании и продвижении товарного бренда (на примере различных торговых марок).

Профессиональный модуль

ПМ.06 Менеджмент в рекламе

1. Графический дизайн на рекламном рынке.
2. Айдентика и рекламное продвижение (на примере издательского центра, телеканала, периодического издания и т.д.).
3. Графический дизайн как инструмент продвижения торговой марки.
4. Современная печатная рекламная коммуникация.
5. Метафора потребительского бренда
6. Особенности создания системы визуальной идентификации потребительского бренда (на примере различных брендов).
7. Организация и проведение event – мероприятия (на примере мероприятий различных видов).
8. Технология выведения на рынок торговой марки
9. Event-менеджмент как инструмент PR-продвижения (на примере ...)
10. Специальные события как инструмент в PR-продвижения (на примере ...)

Профессиональный модуль

ПМ.06 Реклама в сфере СМИ и массовых коммуникаций

1. Сравнительный анализ контента интернет-изданий
2. Мультимедиаизация информационных агентств в современных условиях
3. Особенности освещения социальных услуг
4. Развитие журнальной периодики в условиях современного медиапространства
5. Гонзо-журналистика как специфическое направление художественной публицистики
6. Особенности освещения социальной проблематики на современном отечественном телевидении
7. Методы сбора и анализа информации в информационно-аналитической журналистике
8. Проблема соотношения факта и комментария в информационно-аналитической журналистике
9. Журналистское расследование как жанр современной журналистики
10. Драматургические приемы и изобразительно-выразительные средства в современном документальном фильме
11. Пропаганда и публицистика в современной телевизионной документалистике
12. Феномен зрелищности в телевизионных реалити-шоу
13. Гендерные стереотипы современной телевизионной коммуникации

14. Трансформация жанра ток-шоу на современном телевидении
15. Особенности функционирования, ведущего в современных телевизионных программах
16. Особенности продвижения образовательных услуг в сети интернет (на примере ...)
17. Особенности PR-продвижения в сфере экологии и ЗОЖ (на примере ...)
18. Медиаобраз персоны/события/объекта (выбор студента) (на примере...)

Профессиональный модуль

ПМ.06 Digital-реклама

1. Особенности онлайн-продвижения в сфере искусства (на примере ...)
2. Особенности PR-продвижения в сфере культуры и искусства (на примере ...)
3. Разработка программы продвижения для компании/проекта (на примере ...)
4. Использование инструментов PR-продвижения / диджитал-продвижения и рекламы в социокультурной сфере / в сфере искусства или благотворительности (на примере ...)
5. Использование инструментов PR-продвижения / диджитал-продвижения и рекламы в игровой, спортивной, музыкальной, модной, издательской и др. индустрии (на примере ...)
6. Использование PR-инструментов при формировании репутации медийной персоны (на примере...)
7. Классификация / систематизация гендерных архетипов в рекламном сообщении (на примере...)
8. Особенности продвижения молодежного театра в условиях кризиса (на примере...)