



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО
(ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ УНИВЕРСИТЕТ)»
(ФГБОУ ВО «МГУТУ ИМ. К.Г. РАЗУМОВСКОГО (ПКУ)»)

УНИВЕРСИТЕТСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор
ООО «Столичный Дом Карьеры»
Н.А. Кадочников

« 11 » 2019 г.



УТВЕРЖДАЮ

Ректор университета
В.Н. Иванова

« 15 » 2019 г.



ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
ВЫПУСКНИКОВ

программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности 42.02.01 Реклама

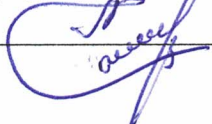
базовой подготовки

РАССМОТРЕНО

на заседании Педагогического совета
Университетского колледжа
информационных технологий

Протокол № 1 от « 11 » 10 2019 г.

Председатель


Р.В.Александров


Москва 2019 г.

ОДОБРЕНО

предметной (цикловой) комиссией
специальности 42.02.01

Реклама

Председатель ЦК

 С.В. Орлова

Протокол № 2 от 02.10.2019

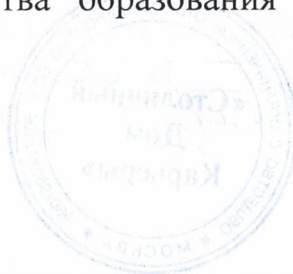
СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по учебно-
методической работе

 Е.В. Вернер

«02» октября 2019 г.

Программа государственной итоговой аттестации разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510.



СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
2.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	6
3.	УСЛОВИЯ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	9
4.	ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	11
5.	ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИЕЙ	20
6.	КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ	21

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Государственная итоговая аттестация является частью оценки качества освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама и является обязательной процедурой для выпускников, завершающих освоение программы подготовки специалистов среднего звена в ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)».

Программа государственной итоговой аттестации выпускников ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама представляет собой совокупность требований к подготовке и проведению государственной итоговой аттестации в 2020 году.

Нормативную правовую основу разработки программы государственной итоговой аттестации составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 июня 2013 г. № 464;
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 августа 2013 г. № 968;
- Методические рекомендации по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы в образовательных организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена, направленные письмом Министерства образования и науки Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 06-846;
- Устав ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)»;
- локальные нормативные акты ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)», регламентирующие образовательный процесс.

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

В программе государственной итоговой аттестации используются следующие сокращения:

ВКР - выпускная квалификационная работа

ГИА - государственная итоговая аттестация

ГЭК - государственная экзаменационная комиссия

ОК - общие компетенции

ПК - профессиональные компетенции

СПО - среднее профессиональное образование

ФГОС СПО - федеральный государственный образовательный стандарт

2. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1. Специальность среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама.

2.2. Наименование квалификации

Специалист по рекламе.

2.3. Уровень подготовки

Базовая подготовка.

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

3 года 10 месяцев.

2.5. Исходные требования к подготовке и проведению государственной итоговой аттестации по программе подготовки специалистов среднего звена

Форма государственной итоговой аттестации в соответствии с ФГОС СПО	Защита выпускной квалификационной работы
Вид выпускной квалификационной работы	Дипломный проект
Объем времени на подготовку и проведение государственной итоговой аттестации	Подготовка - 4 недели Проведение - 2 недели
Сроки подготовки и проведения государственной итоговой аттестации	Подготовка с «18» мая по «14» июня 2020 г. Проведение с «15» июня по «28» июня 2020 г.

2.6. Итоговые образовательные результаты по программе подготовки специалистов среднего звена

Общие компетенции

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Профессиональные компетенции

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

2. Производство рекламной продукции.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

3. УСЛОВИЯ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.1. Кадровое обеспечение подготовки и проведения государственной итоговой аттестации

Подготовка государственной итоговой аттестации	
Руководитель выпускной квалификационной работы	Специалист с высшим образованием соответствующего профиля
Консультант выпускной квалификационной работы	Специалист из числа педагогических работников ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)»
Рецензент выпускной квалификационной работы	Специалистам по тематике ВКР из государственных органов власти, сферы труда и образования, научно-исследовательских институтов и др.
Проведение государственной итоговой аттестации	
Председатель государственной экзаменационной комиссии	Лицо, не работающее в ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)», из числа: - руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность, соответствующую области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники; - представителей работодателей или их объединений, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники
Члены государственной экзаменационной комиссии	Педагогические работники ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)», лица, приглашенные из сторонних организаций, в том числе педагогические работники, представители работодателей или их объединений, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники
Секретарь государственной экзаменационной комиссии	Лицо из числа педагогических работников или сотрудников ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)»

3.2. Документационное обеспечение подготовки и проведения государственной итоговой аттестации

№ п/п	Наименование документа
1	Положение о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования выпускников ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)»
2	Положение о выпускной квалификационной работе по программам подготовки специалистов среднего звена ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)»
3	Программа государственной итоговой аттестации выпускников по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама
4	Методические указания по выполнению и защите выпускной квалификационной

	работы для студентов Университетского колледжа информационных технологий
5	Индивидуальные задания на выполнение выпускной квалификационной работы
6	Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама
7	Распорядительный акт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации об утверждении председателя государственной экзаменационной комиссии
8	Распорядительный акт ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» о составе государственной экзаменационной комиссии, апелляционной комиссии
9	Распорядительный акт ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» о допуске студентов к государственной итоговой аттестации
10	Распорядительный акт ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» о допуске студентов к защите выпускных квалификационных работ
11	Документы, подтверждающие освоение обучающимися дисциплин и компетенций при изучении теоретического материала и прохождения практики по каждому из видов деятельности (зачетные книжки, сводные ведомости и т.п.)
12	Протокол заседаний государственной экзаменационной комиссии
13	ГОСТ 2.001-93. ЕСКД. Общие положения. ГОСТ 2.105-95. ЕСКД. Общие требования к текстовым документам. ГОСТ 2.106-96. ЕСКД. Текстовые документы. ГОСТ 2.109-73. ЕСКД. Основные требования к чертежам. ГОСТ 7.32-2017 СИБИД. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. ГОСТ 7.1-2003. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. ГОСТ 7.82-2001. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов

3.3. Техническое обеспечение подготовки и проведения государственной итоговой аттестации

№ п/п	Наименование	Требование
1	Оборудование	Персональный компьютер, проектор, экран
2	Аудитория	Кабинет проектирования рекламного продукта

4. ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Защита выпускной квалификационной работы

4.1.1. Требования к теме выпускной квалификационной работы

Темы выпускных квалификационных работ определяются ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» и должны отвечать современным требованиям развития высокотехнологических отраслей науки, техники, производства, экономики, культуры и образования, иметь практико-ориентированный характер.

Студенту предоставляется право:

- выбора темы выпускной квалификационной работы из предложенных (см. п. 4.1.5. Примерная тематика выпускных квалификационных работ);
- предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения.

Тематика выпускной квалификационной работы должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в программу подготовки специалистов среднего звена.

Закрепление за студентами тем выпускных квалификационных работ осуществляется приказом по ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)».

4.1.2. Требования к структуре и объему выпускной квалификационной работы

Составляющая дипломного проекта	Краткая характеристика	Объем, стр.
Титульный лист	Наименование учебного заведения; наименование темы выпускной квалификационной работы и год выполнения; ФИО исполнителя ВКР и ФИО руководителя, консультантов, оценка, дата защиты, подпись председателя ГЭК	1
Содержание	Наименование частей ВКР, нумерация страниц	1
Введение	Актуальность темы; объект исследования; предмет исследования; цель исследования; задачи исследования; методы исследования; теоретическая значимость; практическая значимость; круг рассматриваемых проблем; структура работы	4 - 5
Основная часть	Главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения	20 - 36

Глава 1	Теоретические аспекты изучаемого объекта и предмета ВКР; обзор используемых источников информации, нормативной базы по теме ВКР; статистические данные, построенные в таблицы и графики	10 - 18
1.1 Информационный поиск	Основные методы дизайна рекламного продукта, анализ аналогов дизайнерских разработок проектируемого рекламного продукта	5 - 9
1.2 Требования к рекламному продукту (техническое задание на выполнение рекламных работ)	Характеристика исходного материала, предложенного к разработке дизайна рекламного продукта (Бриф), требования к дизайну рекламного продукта	5 - 9
Глава 2	Анализ практического материала, полученного во время производственной практики (преддипломной): анализ конкретного материала по избранной теме; описание выявленных проблем и тенденций развития объекта и предмета изучения на основе анализа конкретного материала по избранной теме; описание способов решения выявленных проблем	10 - 18
2.1 Творческо-конструкторская часть	Разработка идеи (концепции) рекламного продукта, выполнение фор - эскизов и эскизов дизайна рекламного продукта, разработка макета рекламного продукта, рекламно-художественное оформление рекламного продукта, подготовка макетов рекламного продукта	5 - 9
2.2 Технологическая часть	Объем и элементы рекламно-художественного оформления рекламного продукта, место разрабатываемого рекламного проекта в общей структуре маркетинговых коммуникаций, перечень технологического оборудования, применяемого для выполнения работ по созданию рекламного продукта, параметры технологического оборудования и программного	5 - 9

	обеспечения рабочего места дизайнера компьютерной графики	
Заключение	Выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами; значимость полученных результатов	2 - 5
Список использованных источников	Источники, изученные в процессе подготовки ВКР (не менее 20)	1 - 2
Приложение	Объем и элементы рекламно-художественного оформления рекламного продукта	2
Задание на ВКР	Наименование учебного заведения; наименование темы выпускной квалификационной работы; исходные данные; сроки выдачи, сдачи и защиты ВКР; ФИО исполнителя ВКР и ФИО руководителя	1 - 2
График выполнения выпускной квалификационной работы	Наименование темы выпускной квалификационной работы; ФИО исполнителя ВКР и ФИО руководителя; этапы и сроки выполнения ВКР	1 - 2
Отзыв руководителя	Наименование учебного заведения; ФИО исполнителя и руководителя ВКР; наименование темы ВКР; характерные особенности работы, ее достоинства и недостатки, отношение студента к выполнению ВКР, проявленные (не проявленные) им способности; уровень освоения общих и профессиональных компетенций, знания, умения студента, продемонстрированные им при выполнении ВКР; степень самостоятельности студента и его личный вклад в раскрытие проблем и разработку предложений по их решению; вывод о возможности (невозможности) допуска ВКР к защите	1 - 2
Рецензия	Наименование учебного заведения; ФИО исполнителя и руководителя ВКР; наименование темы ВКР; заключение о соответствии ВКР заявленной теме и заданию на нее; оценка качества выполнения каждого раздела ВКР; оценка степени разработки поставленных вопросов и практической значимости работы; общая оценка качества выполнения ВКР	1 - 2

Отчет о проверке на заимствования	Оригинальность текста – не менее 70 %	1 - 2
-----------------------------------	---------------------------------------	-------

Требования к структуре выпускной квалификационной работы представлены в Положении о выпускной квалификационной работе по программам подготовки специалистов среднего звена ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» и Методических указаниях по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для студентов Университетского колледжа информационных технологий.

4.1.3. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы

Формат листа бумаги	A4
Шрифт	Times New Roman
Размер	14
Межстрочный интервал	1,5
Размеры полей	Левое – 3 см, правое – 1 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см.
Вид печати	На одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210 x 97) по ГОСТ 7.32-2001

Требования к оформлению выпускной квалификационной работы представлены в Положении о выпускной квалификационной работе по программам подготовки специалистов среднего звена ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» и Методических указаниях по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для студентов Университетского колледжа информационных технологий.

4.1.4. Требования к процедуре защиты выпускной квалификационной работы

№ п/п	Этапы защиты	Содержание
1	Доклад студента по теме выпускной квалификационной работы (не более 10 – 15 минут)	Представление студентом результатов своей работы: обоснование актуальности избранной темы, описание научной проблемы и формулировка цели работы, основное содержание работы
2	Ответы студента на вопросы	Ответы студента на вопросы членов ГЭК, как непосредственно связанные с рассматриваемыми вопросами работы, так и имеющие отношение к обозначенному проблемному полю исследования. При ответах на вопросы студент имеет право пользоваться своей работой
3	Представление отзывов руководителя и рецензента.	Выступление руководителя выпускной квалификационной работы, а также рецензента, если он присутствует на заседании ГЭК
4	Ответы студента на	Заключительное слово студента, в котором студент

	замечания рецензента	отвечает на замечания рецензента, соглашаясь с ними или давая обоснованные возражения
5	Принятие решения ГЭК по результатам защиты выпускной квалификационной работы	Решения ГЭК об оценке выпускной квалификационной работы принимаются на закрытом заседании открытым голосованием простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим
6	Документальное оформление результатов защиты выпускной квалификационной работы	Фиксирование решений ГЭК в протоколах

4.1.5. Примерная тематика выпускных квалификационных работ

1. Примерная тематика ВКР по ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции		
1	Разработка телевизионной рекламы с использованием манипулятивных технологий (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
2	Разработка концепции и конструкции фирменного стиля для компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
3	Разработка визуальной стилистики рекламной кампании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
4	Создание композиции и композиционного решения в рекламном продукте (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
5	Разработка и использование презентаций продукции, организации, предприятия (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
6	Разработка рекламной стратегии перепозиционирования продукции или бренда на рынке (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
7	Разработка рекламной стратегии с использованием результатов исследований маркетинговой среды компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
8	Разработка и особенности использования product placement в современном рекламном деле (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
2. Примерная тематика ВКР по ПМ.02. Производство рекламной продукции		
1	Разработка фирменного стиля как «системы идентификации» организации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
2	Проект медиатехнологий для рекламной кампании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
3	Разработка и создание телевизионной рекламы для компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
4	Рекламное проектирование персонального имиджа (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)	
5	Рекламное проектирование политической рекламы в избирательной кампании России	

6	Проектирование антикризисной рекламной кампании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
7	Проект коммуникативного дизайна в рекламе (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
8	Проект рекламной кампании в Интернет-среде (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
9	Создание креативной рекламы как механизма поиска ее успешности (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
3.	Примерная тематика ВКР по ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
1	Разработка эффективной рекламной кампании для организации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
2	Разработка креативных стратегий в рекламе как механизма поиска ее успешности (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
3	Создание социальной рекламы как разновидности коммуникации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
4	Создание рекламы для выставочно-ярмарочной деятельности организации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
5	Разработка и обоснование медиа-плана организации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
6	Разработка ATL технологий как инструментов стимулирования сбыта продукции (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
7	Разработка BTL технологий как инструментов стимулирования сбыта продукции (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
8	Разработка технологии продвижения товарной марки с использованием интегрированных маркетинговых коммуникаций (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
9	Разработка рекламного послания с использованием социальных образов (мужчины/женщины) (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
4.	Примерная тематика ВКР по ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
1	Изготовление рекламного продукта для формирования корпоративного имиджа организации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
2	Формирование рекламной стратегии фирмы на конкурентном рынке (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
3	Разработка рекламы для продвижения зарубежного бренда на российском рынке (на примере <i>Наименование бренда</i>)
4	Разработка рекламы для продвижения отечественного бренда на российском рынке (на примере <i>Наименование бренда</i>)
5	Исследование воздействия на покупательское поведение различных видов рекламы (на примере <i>наименование товара</i>)
6	Конструирование бренда предприятия, организации с использованием рекламы (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
7	Разработка рекламной кампании на основе гендерных стереотипов (на примере

	<i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>
8	Разработка социальной рекламы для российского рынка
	5. Примерная тематика ВКР по ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции, ПМ.02. Производство рекламной продукции, ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
1	Разработка концепции и конструкции фирменного стиля для компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
2	Разработка визуальной стилистики рекламной кампании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
3	Создание композиция и композиционного решения в рекламной кампании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
4	Разработка упаковки онлайн – игры для продвижения товара компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
5	Разработка сайта и проведение рекламных мероприятий по продвижению товара (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
6	Разработка и использование презентаций продукции, организации, предприятия (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
7	Разработка оригинал – макета билборда на социальную тематику
8	Разработка рекламной стратегии перепозиционирования продукции или бренда на рынке (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
9	Разработка рекламной стратегии с использованием результатов исследований маркетинговой среды компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
10	Разработка фирменного стиля как «системы идентификации» организации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
11	Создание фотоиллюстраций для разработки рекламного продукта
12	Разработка дизайна оформления рекламного Web-сайта для организации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
13	Создание и звуковое сопровождение видеоролика
14	Разработка упаковки с учетом психологических особенностей потребителя
15	Разработка рекламного буклета как средство формирования благоприятного имиджа компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
16	Разработка фирменного стиля и комплекта рекламных материалов
17	Создание корпоративного героя как средства воздействия на потребителя
18	Разработка рекламного продукта для формирования корпоративного имиджа организации (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
19	Создание ATL рекламы как инструмента стимулирования сбыта продукции (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
20	Разработка BTL технологий для продвижения товара на рынке (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом)</i>)
21	Разработка рекламного плаката как средства формирования имиджа компании

22	Разработка и планирование рекламного мероприятия по стандартам WorldSkills
23	Разработка позиционирующего дизайна для магазина CD
24	Разработка рекламного видеоролика для интернет-магазина одежды
25	Создание дизайна интернет-магазина
26	Разработка рекламного слогана с использованием приемов манипулирования для проведения рекламной кампании спортивной организации
27	Создание печатной рекламы с учетом психологических особенностей потребителя
28	Разработка дизайн-каталога для спортивного журнала
29	Особенности формирования фирменного стиля (на примере анимационной студии « <i>Наименование</i> »)
30	Разработка дизайна метрорекламы с учетом восприятия целевой аудитории
31	Разработка рекламного плаката с использованием авторских фотографий
32	Разработка рекламного плаката с использованием фотографий
33	Разработка комплекта рекламных материалов с детальной проработкой для социального проекта
34	Разработка рекламной вывески и витрины предприятия
35	Разработка рекламного слогана с использованием приемов психологического воздействия на потенциальную аудиторию
36	Рекламное оформление витрины магазина для компании
37	Разработка и проведение социальной кампании рекламными средствами
38	Создание полиграфической рекламы для образовательного учреждения
39	Разработка дизайн-макета рекламного комплекта открыток
40	Разработка линии полиграфической продукции как способ повышения потребительского спроса организации
41	Разработка сувенирной продукции для создания фирменного стиля организации
42	Разработка фирменного стиля экологического направления
43	Разработка фирменный стиль организации для управления потребительским спросом
44	Разработка логотипа организации и основных элементов фирменного стиля
45	Разработка дизайн-макета рекламы на транспорте
46	Разработка и использование презентаций продукции, организации, предприятия (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
47	Разработка рекламной стратегии перепозиционирования продукции или бренда на рынке (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
48	Разработка предложений по визуальному представлению рекламы: афиша, витрина, вывеска (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
49	Разработка программы «Event Marketing» (событийного маркетинга) как средства продвижения марки (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
50	Моделирование бренд-имиджа и репутационной составляющей компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
51	Моделирование бренд-имиджа и репутационной составляющей российской компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
52	Формирование имиджа компании PR-средствами (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)

53	Разработка и технологии производства рекламного продукта (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
54	Исследование воздействия на покупательское поведение различных видов рекламы (на примере <i>наименование товара</i>)
55	Исследование воздействия на покупательское поведение различных видов рекламы (на примере <i>наименование товара</i>)
56	Разработка визуальной стилистики рекламной кампании для компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
57	Разработка креативной составляющей при организации рекламной кампании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
58	Разработка проекта коммуникативного дизайна в рекламе (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
59	Разработка и технологии производства рекламного продукта (на примере печатной рекламы)
60	Создание брендинга как коммуникационной деятельности по долгосрочному предпочтению к компании (товару/услуге) (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>)
61	Применение средств воздействия в рекламных сообщениях (вербальные, визуальные и т.д.) с целью повышения эффективности рекламной кампании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>).
62	Разработка новых рекламных носителей и возможности их использования.
63	Разработка актуальных видов наружной рекламы на рынке коммерческой недвижимости в России.
64	Разработка маркетингового эффекта, как нестандартной формы рекламного воздействия
65	Разработка и применение Ambient media в сфере социальной рекламы.
66	Разработка Ambient media как креативного инструмента коммуникационного маркетинга.
67	Разработка различных видов POS-материалов в торговой рекламе (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>).
68	Создание бренд-имиджа и репутационной составляющей международной компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>).
69	Разработка ребрендинга в рекламной политике компании (на примере <i>Наименование организации, предприятия, учреждения в соответствии с Уставом</i>).

5. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИЕЙ

Решение государственной экзаменационной комиссии принимается на закрытом заседании открытым голосованием простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Решение государственной экзаменационной комиссии оформляется протоколом установленного ФГБОУ ВО «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» образца.

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

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

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

6.1. Критерии оценки защиты выпускной квалификационной работы

«Отлично» – работа исследовательского (практического) характера: соответствует заявленной теме, актуальность темы обоснована убедительно и всесторонне, цель и задачи исследования сформулированы верно, целесообразно определены объекты, предметы и различные методы исследования, выдвинута гипотеза исследования, проведён глубокий последовательный сравнительный анализ литературных источников (не менее двадцати), собственное практическое исследование соответствует индивидуальному заданию, практическое задание выполнено грамотно и соответствует техническим стандартам при разработке рекламного продукта, выводы отражают степень достижения цели, работа оформлена в соответствии с Методическими указаниями по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для студентов Университетского колледжа информационных технологий, имеются положительные отзывы рецензента и руководителя выпускной квалификационной работы. При публичном выступлении на защите студент демонстрирует свободное владение материалом работы, чётко и грамотно отвечает на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии, мультимедийная презентация полностью соответствует содержанию доклада.

«Хорошо» – работа исследовательского (практического) характера: работа соответствует заявленной теме, актуальность темы обоснована убедительно, цель и задачи исследования сформулированы верно, целесообразно определены объекты, предметы и методы исследования, проведён глубокий последовательный сравнительный анализ литературных источников (не менее двадцати), собственное практическое исследование соответствует индивидуальному заданию, практическое задание выполнено грамотно и соответствует техническим стандартам с небольшими нарушениями при разработке рекламного продукта, выводы отражают степень достижения цели, в оформлении работы допущены отступления от Методических указаний по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для студентов Университетского колледжа информационных технологий, имеются положительные отзывы рецензента и руководителя выпускной квалификационной работы. При публичном выступлении на защите студент демонстрирует свободное владение

материалом работы, испытывает затруднения при ответах на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии, мультимедийная презентация полностью соответствует содержанию доклада.

«Удовлетворительно» – работа исследовательского (практического) характера: работа соответствует заявленной теме, актуальность темы обоснована неубедительно, цель и задачи исследования сформулированы некорректно, объекты, предметы и методы исследования определены нечётко или нецелесообразно, поверхностный анализ литературных источников (менее шестнадцати), собственное практическое исследование частично соответствует индивидуальному заданию, практическое задание выполнено не совсем грамотно и не совсем соответствует техническим стандартам при разработке рекламного продукта, выводы не полностью соответствуют цели, в оформлении работы допущены отступления от Методических указаний по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для студентов Университетского колледжа информационных технологий, имеются замечания со стороны рецензента и (или) руководителя выпускной квалификационной работы. При публичном выступлении на защите студент непоследовательно излагает работу, затрудняется при ответах на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии, мультимедийная презентация частично отражает содержание доклада.

Работа реферативного характера оценивается не выше «удовлетворительно».

«Неудовлетворительно» – работа не соответствует заявленной теме, актуальность темы не обоснована, цель и задачи исследования сформулированы некорректно или не сформулированы, объекты, предметы и методы исследования определены нецелесообразно или не сформулированы, теоретическая часть представлена выписками из литературных источников, собственное практическое исследование не соответствует индивидуальному заданию, практическое задание выполнено не грамотно и совсем не соответствует техническим стандартам при разработке рекламного продукта, выводы не соответствуют цели, работа оформлена без учёта требований, изложенных в Методических указаниях по выполнению и защите выпускной квалификационной работы для студентов Университетского колледжа информационных технологий, имеются замечания со стороны рецензента и (или) руководителя выпускной квалификационной работы. При публичном выступлении на защите студент неконкретно и непоследовательно излагает работу, неправильно отвечает на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии, мультимедийная презентация не отражает содержания доклада.

