ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

государственное профессиональное образовательное учреждение

Ярославской области

Рыбинский полиграфический колледж

Рег. № _____

Рег. № _____

Рег. № _____

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 1C0DF8988F8EC0ADCB263C2F60509B49
Владелец: Зернова Марина Александровна
Действителен: с 11.04.2022 до 05.07.2023

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ

по специальности: 42.02.01 «Реклама»
(код и наименование специальности)

базовый уровень
(образовательный уровень СПО)

г. Рыбинск
2022 г.

Программа государственной итоговой аттестации выпускников обсуждена цикловой комиссией группы специальностей 42.02.00 «СМИ и информационно-библиотечное дело»

(Наименование комиссии)

Протокол от «08» декабря 2022 г. № 6

Председатель комиссии:

08.12.2022 Е. В. Кудрявцева

Подпись Дата Инициалы и фамилия

СОГЛАСОВАНО

Председатель государственной экзаменационной комиссии:

А. А. Смирнов

Подпись Дата Инициалы и фамилия

Программа государственной итоговой аттестации соответствует требованиям к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности

42.02.01 «Реклама»,

(Код и наименование специальности)

установленным федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования

от 12 мая 2014 года № 510

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГПОУ ЯО Рыбинский полиграфический колледж

15.12.2022 М. А. Зернова

Подпись Дата Инициалы и фамилия

СОДЕРЖАНИЕ

Перечень условных обозначений, символов и терминов 4
1 Общие положения 4
2 Нормативные документы 4
3 Вид ГИА 6
4 Объем времени и сроки подготовки и проведения ГИА 6
5 Тематика и объем ВКР 6
6 Необходимые материалы для выполнения ВКР 9
7 Выполнение ВКР 11
8 Необходимые материалы для проведения ГИА 13
9 Проведение ГИА 14
10 Критерии оценки 17
Приложение А Примерная тематика тем ВКР 21
Приложение Б Бланк задания на ВКР 24
Приложение В Пример заполнения календарного плана 27

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ, СИМВОЛОВ И ТЕРМИНОВ

ВПД - вид профессиональной деятельности;
ГИА - государственная итоговая аттестация;
ГЭК - государственная экзаменационная комиссия;
ОК - общая компетенция;
ОП - образовательная программа;
ПК - профессиональная компетенция;
ПЦК - предметно-цикловая комиссия;
РФ - Российская Федерация;
СПО - среднее профессиональное образование;
ППССЗ - программа подготовки специалистов среднего звена;
ФГОС - федеральный государственный образовательный стандарт.

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Программа ГИА является частью ОП в соответствии с ФГОС СПО в части требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного 12 мая 2014 года № 510.

1.2 Программа ГИА разработана выпускающей предметно-цикловой комиссией (далее ПЦК) группы специальностей 42.02.00 «СМИ и информационно-библиотечное дело» и обсуждена на заседании ПЦК 08 декабря 2022 г. протокол № 6, утверждена на педагогическом совете 15.12.2022 года № 2.

1.3 К ГИА допускаются лица, выполнившие требования, предусмотренные, курсом обучения по основной профессиональной образовательной программе по специальности 42.02.01 «Реклама», и успешно прошедшие все промежуточные аттестационные испытания по теоретическому и практическому этапам обучения, предусмотренные утвержденным директором колледжа рабочим учебным планом и согласованного с учредителем колледжа.

1.4 ГИА проводится с целью выявления соответствия уровня и качества подготовки выпускника требованиям ФГОС СПО, дополнительным требованиям к выпускнику по специальности 42.02.01 «Реклама» в ГПОУ ЯО Рыбинский

полиграфический колледж (далее Колледж) и готовности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

1.5 Студенты выпускного курса должны быть ознакомлены с программой ГИА не позднее 16 декабря 2022 года (за 0,5 года до защиты ВКР).

2 НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

2.1 Федеральный закон РФ от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» в действующей редакции.

2.2 Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 464 от 14 июня 2013 года (ред. от 15.12.2014) «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования».

2.3 Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама» от 12 мая 2014 года № 510.

2.4 Приказ Министерства просвещения Российской Федерации № 800 от 08.11.2021 г. «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам СПО».

2.5Стандарт предприятия СТП 2.03-2005 Система организации учебного процесса в ГПОУ ЯО Рыбинский полиграфический колледж. Выпускная квалификационная работа. Организация выполнения и защиты.

2.6 Устав ГПОУ ЯО Рыбинский полиграфический колледж.

3 ВИД ГИА

3.1 Видом государственной итоговой аттестации в соответствии с рабочим учебным планом является защита выпускной квалификационной работы (далее ВКР) в форме дипломного проекта.

4 ОБЪЕМ ВРЕМЕНИ И СРОКИ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ГИА

4.1 В соответствии с утвержденным рабочим учебным планом на выполнение, подготовку и защиту ВКР отводится 10 недель из них:

- производственная практика (преддипломная) – 4 недели: с 17 апреля по 13 мая 2023 года;
- подготовка к ГИА – 4 недели: с 15 мая по 10 июня 2023 года;
- на защиту ВКР отводится 2 недели: с 13 июня по 24 июня 2023 года.

5 ТЕМАТИКА И ОБЪЕМ ВКР

5.1 Результаты освоения ОП специальности 42.02.01 «Реклама», подлежащие проверке:

- виды профессиональной деятельности;
- профессиональные и общие компетенции.

5.1.1. Виды профессиональной деятельности

Результатом освоения ОП специальности является готовность выпускника к выполнению следующих объектов профессиональной деятельности:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии;
- первичные трудовые коллективы.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) готовится к следующим видам деятельности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- Производство рекламной продукции.
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (приложение к ФГОС СПО).

Специалист по рекламе (углубленной подготовки) готовится к следующим видам деятельности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- Производство рекламной продукции.
- Маркетинговое и правовое обеспечение разработки и реализации рекламного продукта.
- Организация и управление процессом изготовления и продвижения рекламного проекта (продукта).
- Реализация комплексных рекламных проектов.
- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (приложение к ФГОС СПО).

5.1.2. Профессиональные и общие компетенции

В результате освоения ОП специальности у выпускников должны быть сформированы следующие 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.

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

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.

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.

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.

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.

Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

Тематика и объем дипломного проекта:

5.1 Тематика ВКР должны иметь актуальность, новизну и практическую значимость, а так же отвечать современным требованиям рекламного дела, техники, технологии, производства, экономики, культуры и образования.

5.2 Темы ВКР подбираются по предложениям (заказам) предприятий и организаций всех форм собственности или индивидуальных предпринимателей, а так же ведущими преподавателями специальности 42.02.01 или могут быть предложены студентами, при условии обоснования ими целесообразности данной разработки.

5.3 Примеры тем ВКР по специальности 42.02.01 «Реклама», исходные данные, структура, требования к содержанию конструкторской, технологической и экономической части выбранной темы представлены в Приложениях А и Б.

5.4 Темы ВКР (Приложение А) обсуждаются на заседании ПЦК специальности не позднее 08 декабря 2022 года и утверждаются приказом директора Колледжа. Пояснительная записка должна быть выполнена в объ-

еме 40-50 страниц формата А4, без учета приложений (объем приложений не регламентируется).

5.5 Содержание практической части ВКР определяется тематикой, сложностью и объемом проектируемой рекламной кампании и вариантами детальной проработки её углубленной части:

1) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной разработкой фирменного стиля.

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с маркетинговым планом (наличие в пояснительной записке описания маркетинговой ситуации является обязательным). В рамках дипломного проекта исполнителем предлагается не менее 3-х вариантов фирменного стиля, не повторяющих друг-друга по стилю и композиции, а так же конкретные предложения по их использованию в различных рекламных мероприятиях или носителях рекламы в объеме не менее 4-5 примеров каждого варианта. Носители рекламы представляются в виде оригинал-макетов рекламной продукции. Предложения по их применения и использованию фирменного стиля оформляются в форме Бренд-бука;

2) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой проведения ребрендинга ранее разработанного фирменного стиля.

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с маркетинговым планом (наличие в пояснительной записке описания маркетинговой ситуации является обязательным). В рамках дипломного проекта исполнителем предлагается не менее 3-х вариантов фирменного стиля, не повторяющих друг-друга по стилю и композиции, а так же конкретные предложения по их использованию в различных рекламных мероприятиях или носителях рекламы в объеме не менее 4-5 примеров каждого варианта. Носители рекламы представляются в виде оригинал-макетов рекламной продукции. Предложения по их применения и использованию фирменного стиля

оформляются в форме Бренд-бука;

3) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой бизнес плана и экономических расчетов затрат на проведение рекламных мероприятий.

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с маркетинговым планом (наличие в пояснительной записке описания маркетинговой ситуации является обязательным). В рамках дипломного проекта исполнителем разрабатываются графические изображения таблиц и графиков (видео-отчет или видео-презентация) результатов проведения рекламной кампании, обоснование выбора наиболее рациональных носителей рекламы (не менее 2-3 носителей) и план (график) проведения рекламных работ и финансирования самих рекламных мероприятий, а так же рекомендации по дальнейшему развитию рекламной деятельности, для данной организацией;

4) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой проведения маркетинговых исследований по определению психологической и экономической эффективности рекламной кампании (конкретных рекламных мероприятий) по ранее разработанной и проведенной рекламной кампании (рекламному мероприятию).

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с маркетинговым планом (описание маркетинговой ситуации). В рамках дипломного проекта исполнителем разрабатывается комплект графических изображений таблиц и графиков (видео-отчет или видео-презентация) результатов проведения предварительных, промежуточных и прямых замеров эффективности рекламной кампании (конкретных рекламных мероприятий) по самостоятельно выполненной выборке целевой аудитории, а так же рекомендации по дальнейшему развитию рекламной деятельности, проводимой по данному направлению;

5) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывает-

ся наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой комплекса маркетинговых мероприятий по сбору рекламной информации и её анализу.

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с маркетинговым планом (описание маркетинговой ситуации). В рамках дипломного проекта исполнителем разрабатывается подробный (описательный) план самой рекламной кампании, обосновывается выбор носителей и средств распространения рекламы на основании проведенных маркетинговых исследований. Планирование применения средств распространения рекламы (медио-план), а так же методы и средства определения эффективности их воздействия на потребителей;

6) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой сценария проведения рекламной фото-сессии.

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с маркетинговым планом (описание маркетинговой ситуации). В рамках дипломного проекта исполнителем выполняется комплект рекламных фотографий предназначенных для проведения планируемой рекламной компании в объеме не менее 24 фото-снимков для которых разрабатывается литературный сценарий и композиция каждого кадро-плана в виде отрисованных вручную или отснятых и распечатанных пробных фотоснимков (не менее 3 вариантов каждой постановки), а так же окончательные результаты проведенной фото-сессии в форме посменного отчета, комплекта фотоснимков и рекомендаций по их использованию в различных носителях рекламы;

7) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой сценария, съемки и озвучения рекламного видеоролика.

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с марке-

тинговым планом (описание маркетинговой ситуации). В рамках дипломного проекта исполнителем пишется литературный и режиссерский сценарий видео-ролика, выполняется раскадровка по самостоятельно разработанным и отрисованным вручную (отснятыми) кадро-планами, а так же выполняется съемка, монтаж и озвучение видеоролика продолжительностью не менее 3-х минут;

8) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой разработки и изготовления рекламного WEB-сайта.

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с маркетинговым планом (описание маркетинговой ситуации). В рамках дипломного проекта исполнителем самостоятельно разрабатывается дизайн WEB-сайта в объеме не менее 24 WEB-страниц (кликов).

9) Планирование и проведение рекламной кампании для (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой комплекта рекламных материалов (рекламного проспекта).

План рекламной кампании должен включать в себя перечень и порядок выполнения конкретных рекламных целей и задач в соответствии с маркетинговым планом (описание маркетинговой ситуации). В рамках дипломного проекта исполнителем самостоятельно разрабатываются оригинал-макеты рекламных материалов (рекламный проспект) в объеме не менее 12 оригинал-макетов (12 разворотов рекламного проспекта).

10) Проведение исследований в области рекламы (указать каких) по теории и практике современной или исторической рекламы, на основе изучения не менее 12 источников информации. В рамках дипломного проекта исполнителем самостоятельно собирается необходимая информация, осуществляется её обработка и анализ полученных данных. Результаты исследования представленное в виде графических схем (плакатов) в объеме не менее 3 листов формата А1 или изображений (видео-презентации), иллюстрирующих полученный результат в объеме не менее 20 слайдов. Графическая часть ДП также может быть представлена в виде сверстанного

и распечатанного оригинал-макета брошюры отражающей результаты проведенных исследований, в объеме не менее 12 разворотов формата А5 или самостоятельного отснятого видео-ролика по тематике проведенных исследований продолжительностью не менее 3 минут.

5.6 Наличие видео-презентации доклада по ДП при защите ВКР является обязательным.

6 НЕОБХОДИМЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ВКР

6.1 Приказ директора колледжа об утверждении тем ВКР (с указанием сроков исполнения) и назначении руководителей ВКР из числа работников отраслевых предприятий и организаций, ведущих преподавателей ПЦК, а также консультантов по разделам и нормоконтролера (на основании протоколов заседания ПЦК группы специальностей 42.02.00) не позднее 30 марта 2023 года.

6.2 Индивидуальное задание, разработанное руководителем ВКР по утвержденной теме, где в соответствующих разделах консультантами по экономической части и охране труда формулируются конкретные требования этой части применительно к общей тематике данной ВКР. Задание на ВКР рассматривается ПЦК, подписываются руководителем и утверждается заместителем директора колледжа по учебной работе не позднее 01 апреля 2023 года.

6.2.1 Бланк задания на ВКР по специальности 42.02.01 «Реклама» приведен в Приложении Б.

6.2.2 Выдача задания на ВКР студенту должна состояться не позднее 01 апреля (за две недели до начала преддипломной практики) и должна сопровождаться консультацией со стороны руководителя, в ходе которой разъясняются задачи, структура, объем работы, принцип разработки и оформления.

6.3 Календарный план работы над ВКР, составленный дипломником и утвержденный руководителем, где предусмотрены сроки выполнения всех отдельных частей ВКР, а также прохождение нормоконтроля, смотра ВКР и предварительной защиты. Пример заполнения календарного плана в Приложении В.

6.4 Методическое пособие по выполнению ВКР по специальности 42.02.01 «Реклама», разработанное ведущими преподавателями-консультантами выпускающей ПЦК. Разработанное методическое пособие обсуждается на заседании ПЦК, рецензируется и утверждается заместителем директора колледжа по учебной работе до начала года. Необходимое количество экземпляров методического пособия находится в библиотеке, методическом кабинете и у нормоконтролера.

7 ВЫПОЛНЕНИЕ ВКР

7.1 Выполнение ВКР осуществляется студентом с соблюдением сроков, установленных в календарном плане. В случае нарушения сроков выполнения одного из этапов ВКР руководитель ставит в известность заведующего отделением группы специальностей 42.02.01 «Реклама».

7.2 Общее руководство и контроль за ходом выполнения осуществляет заведующий отделением группы специальностей 42.02.01 «Реклама», преподаватели ПЦК и руководитель ВКР.

7.3 Руководитель и консультанты составных частей ВКР проводят консультации студентов в соответствии с разработанным графиком консультаций и индивидуальным календарным планом студента. Для консультирования одного студента должно быть предусмотрено не более двух часов в неделю.

7.4 Руководитель и консультанты по экономической части и охране труда знакомятся с содержанием соответствующих разделов выполненной ВКР и при отсутствии замечаний подписывают титульный лист пояснительной записки.

7.5 Срок получения подписей консультантов по экономической части и охране труда – до 06 июня 2023 года.

7.6 Завершающим этапом выполнения ВКР является нормоконтроль. Его целью является соблюдение студентами всех требований ЕСКД, ЕСТД, ЕСТПП и ЕСДП при оформлении ВКР. Нормоконтроль проводится при 100%-ной готовности ВКР. При успешном прохождении нормоконтроля нормоконтролер ставит подписи на титульном листе, на втором листе пояснительной записки и на всех чертежах с приложениями. Работы, не прошедшие нормоконтроль, к защите не допускаются.

7.7 Срок прохождения нормоконтроля – до 10 июня 2023 года.

7.8 ВКР, выполненная в полном объеме в соответствии с заданием, подписанная выпускником, нормоконтролером, консультантами по экономической части и охране труда, передается руководителю ВКР для заключительного просмотра. Руководитель ставит подписи на первом (титульном) листе, на втором листе пояснительной записки и на всех чертежах с приложениями, затем пишет отзыв, где отражает качество содержания выполненной ВКР, проводит анализ

хода ее выполнения, дает характеристику работы выпускника над проектом и выставляет оценку уровня подготовленности студента к защите ВКР.

7.9 Отзыв руководителя ВКР о работе выпускника над дипломным проектом является основанием для допуска студента к рецензированию ВКР.

7.10 Срок получения студентом отзыва руководителя ВКР - до 13 июня 2023 года.

7.11 Пояснительная записка ВКР вместе с заданием, графической частью и письменным отзывом руководителя ВКР предъявляются студентом на смотр дипломных проектов на заседание ПЦК 08 июня 2023 г. (согласно составленного за неделю графика).

7.12 Решением ПЦК в соответствии с приказом директора колледжа об утверждении рецензентов ВКР студент передает выполненный дипломный проект на рецензию.

7.13 Рецензирование выполненных ВКР осуществляется специалистами из числа работников отраслевых предприятий и организаций, а также преподавателей, хорошо владеющих вопросами, связанными с тематикой ВКР.

7.14 Рецензия должна включать:

- заключение о соответствии ВКР заданию на нее;
- оценку качества выполнения каждого раздела ВКР;
- оценку степени разработки перспективных вопросов, оригинальности и практической значимости ВКР;
- оценку ВКР.

7.15 Срок сдачи ВКР на рецензию – до 10 июня 2023 года.

7.16 Срок рецензирования ВКР - три дня (до 13 июня 2023 года).

7.17 Рецензент тщательно знакомится с пояснительной запиской и графическими материалами ВКР, ставит подпись на титульном листе и составляет обоснованную критическую рецензию, где отражает соответствие и качество содержания выполненной ВКР, проводит анализ обоснованности предлагаемых технических решений, указывает достоинства и недостатки ВКР, выставляет оценку по стандартной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») и дает заключение возможности присвоения автору ВКР соответствующей квалификации.

7.18 По окончании срока рецензирования студент знакомится с содержанием рецензии, забирает ВКР у рецензента и участвует в предварительной защите. Внесение изменений в ВКР после получения рецензии не допускается. Во время защиты студент вправе согласиться или не согласиться с рецензией, обосновав свой выбор.

7.19 Проведение предзащит и обзорных лекций по профилирующим дисциплинам планируется за две недели до начала работы ГЭК – 30 мая –10 июня 2023 года.

7.20 Допуск к ГИА оформляется приказом директора колледжа на основании результатов учебной деятельности, прохождения учебной, производственной, преддипломной практики и готовности ВКР.

7.21 На организационном собрании студенты выпускного курса знакомятся с графиком работы ГЭК для проведения ГИА, составленным заведующим отделением по специальности 42.02.01 «Реклама», согласованный с заместителем директора колледжа по учебной работе и утвержденный директором колледжа за три дня до защиты ВКР.

7.22 Студенты выпускного курса сдают отзыв руководителя ВКР о работе студента над дипломным проектом и рецензию на ВКР заведующему отделением группы специальностей 42.02.00 для предоставления их в ГЭК до 10 июня 2023 года.

8 НЕОБХОДИМЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ГИА

8.1 Государственные требования к результатам освоения образовательной программы по специальности 42.02.01 «Реклама».

8.2 Программа ГИА по специальности 42.02.01 «Реклама».

8.3 Приказ учредителя колледжа о назначении председателя ГЭК.

8.4 Приказ директора колледжа об утверждении состава ГЭК.

8.5 Приказ директора колледжа о допуске к защите ВКР студентов специальности 42.02.01 «Реклама», успешно завершивших обучение по образовательной программе среднего профессионального образования (по результатам промежуточных аттестаций и прохождения всех видов производственной практики, предусмотренных учебным планом).

8.6 График защиты ВКР, составленный заведующим отделением группы специальностей 42.02.00 «СМИ и информационно-библиотечное дело», согласованный с заместителем директора колледжа по учебной работе и утвержденный директором колледжа к 11 июня (за четыре дня до защиты ВКР).

8.7 Протоколы заседаний ГЭК.

8.8 Выписку из учебной части об оценках каждого выпускника по всем дисциплинам, профессиональным модулям, практикам, курсовым проектам.

8.9 В ГЭК студентом предоставляются следующие материалы и документы:

8.9.1 Задание на дипломное проектирование.

8.9.2 Пояснительная записка ВКР.

8.9.3 Графическая часть ВКР.

8.9.4 Отзыв руководителя ВКР о работе студента над дипломным проектом (сданный ранее заведующему отделением группы специальностей 42.02.00 СМИ и ИБД»).

8.9.5 Рецензия на ВКР (сданная ранее заведующему отделением группы специальностей 42.02.00 «СМИ и информационно-библиотечное дело»).

9 ПРОВЕДЕНИЕ ГИА

9.1 Для проведения ГИА (защиты ВКР) создаётся государственная экзаменационная комиссия численностью не менее 5 человек согласно п.2.4, 2.5. Комиссия работает на базе ГПОУ ЯО Рыбинский полиграфический колледж. В состав ГЭК по специальности 42.02.01 «Реклама» входят:

- председатель ГЭК;
- заместитель председателя ГЭК;
- члены комиссии: заведующий отделением группы специальностей 42.02.00; преподаватели специальных дисциплин выпускающей ПЦК группы специальностей 42.02.01;
- ответственный секретарь ГЭК (без права голоса).

Председатель ГЭК утверждается приказом учредителя колледжа за 6 месяцев до начала работы ГЭК. Остальной состав ГЭК утверждается приказом директора колледжа за 2 месяца до начала работы ГЭК.

9.2 Расписание проведения ГИА выпускников утверждается директором колледжа и доводится до сведения студентов не позднее, чем за четыре дня до начала работы ГЭК.

9.3 Работа ГЭК начинается в первый день проведения ГИА и заканчивается в последний день проведения ГИА. На первом заседании ГЭК председатель представляет комиссию и объявляет начало и порядок проведения ГИА.

9.4 Защита ВКР производится на открытом заседании ГЭК.

9.5 На защиту ВКР студента отводится до 40 минут. Процедура ГИА включает объявление темы ВКР, фамилии, имени, отчества выпускника, устный доклад выпускника (не более 15 минут) с использованием графической части ВКР и презентации, вопросы членов комиссии, ответы выпускника на поставленные вопросы, чтение отзыва и рецензии, ответы выпускника на вопросы рецензента. Может быть предусмотрено выступление руководителя ВКР, рецензента, если они присутствуют на заседании ГЭК.

9.6 Решение ГЭК принимается на закрытом заседании большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании (при равном числе голосов голос председателя является решающим).

9.7 Заседания ГЭК протоколируются. В протоколе записываются: итоговая оценка ВКР, присуждение квалификации и особое мнение членов комиссии. Протоколы заседаний ГЭК подписываются председателем, всеми членами и секретарем комиссии. Ведение протоколов осуществляется в прошнурованных книгах, листы которых пронумерованы. Книга протоколов заседаний ГЭК хранится в делах колледжа в течение установленного срока.

9.8 По окончании каждого заседания ГИА выпускники приглашаются в аудиторию, где председателем оглашается решение ГЭК. Система оценок ГИА - пятибалльная.

9.9 При оценке «неудовлетворительно» студент получает академическую справку установленного образца. ГЭК принимает решение о возможности повторной защиты студентом той же ВКР, либо признать целесообразным закрепление за ним нового задания на ВКР и определить срок новой защиты, но не ранее, чем через шесть месяцев после прохождения государственной итоговой

аттестации впервые. Повторное прохождение государственной итоговой аттестации для одного выпускника назначается Колледжем не более двух раз.

9.10 Решение ГЭК о присвоении квалификации выпускникам, прошедшим ГИА, и выдаче соответствующего документа об образовании объявляется приказом директора колледжа.

9.11 По окончании защит ВКР ГЭК составляет ежегодный отчет о работе, который обсуждается на совете колледжа, заседании выпускающей ПЦК.

Отчет представляется учредителю колледжа, в ведении которого находится образовательное учреждение, в двухмесячный срок после завершения ГИА. В отчете отражается следующая информация:

- общие положения;
- качественный состав ГЭК;
- вид ГИА студентов по образовательной программе;
- характеристика общего уровня подготовки студентов по специальности 42.02.01 «Реклама»;
- анализ результатов ГИА;
- недостатки в подготовке студентов по специальности;
- выводы и предложения.

Во время защиты ВКР студент может использовать:

- выполненную графическую часть ВКР;
- подготовленную презентацию;
- пояснительную записку ВКР;
- доклад или тезисы своего выступления.

9.13 Проверка уровня профессиональной подготовленности студента осуществляется через ответы на дополнительные вопросы по теме ВКР. В Приложении Д приведен примерный перечень дополнительных теоретических вопросов на защите ВКР с указанием учебных дисциплин.

9.14 При определении окончательной оценки по защите ВКР учитываются:

- сообщение (доклад) по теме ВКР;

- ответы на вопросы;

- оценка рецензента;

- отзыв руководителя;

- выступления рецензента и руководителя (по желанию).

10 КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

10.1 При проведении ГИА (защиты ВКР) необходимо учитывать следующие критерии:

- актуальность выбранной темы дипломного проекта;
- выполнение требований к объему и оформлению;
- глубина освещенности темы, уровень владения администрированием системного и сетевого программного обеспечения; диагностикой и мониторингом работоспособности программно-технических средств;
- уровень защиты дипломного проекта.

10.2 Уровень и качество подготовки выпускника определяется следующими оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

10.2.1 Оценка «отлично» ставится при соблюдении следующих условий:

- представленная на ГИА ВКР выполнена в соответствии с заданием согласно СТП 2.03-2005, имеет подписи выпускника, руководителя ВКР, консультантов по разделам ВКР, нормоконтролера и рецензента в основных надписях всех входящих в ВКР документов;
- тема выбрана из практических потребностей с перспективой внедрения в практику познанных достижений. Актуальность темы аргументирована, четко определены цели и задачи, виден интерес к соответствующей литературе. Большая доля самостоятельной работы;
- верно используются методики разработки рекламной кампании; выполнение рекламного продукта в материале;
- изложение текста пояснительной записки носит реконструктивный характер. Выводы соответствуют целям. Пояснительная записка иллюстрирована схемами, таблицами, диаграммами;
- в докладе при защите дипломного проекта проявилось умение выбирать наиболее значительные теоретические и практические результаты работы,

находчивость при ответе, использует таблицы, схемы, графики, иллюстрации, презентации. На все поставленные по тематике данной ВКР вопросы даны исчерпывающие ответы. При этом речь студента отличается логической последовательностью, четкостью.

10.2.2 Оценка «хорошо» ставится при соблюдении следующих условий:

- представленная на ГИА ВКР выполнена в соответствии с заданием согласно СТП 2.03-2005, имеет подписи выпускника, руководителя ВКР, консультантов по разделам ВКР, нормоконтролера и рецензента в основных надписях всех входящих в ВКР документов;

- актуальность темы глубоко аргументирована, четко определены цели и задачи проекта, проявлен интерес к соответствующей литературе. Результаты проекта не очень значительны или почти отсутствуют;

- в объеме и оформлении допущены незначительные отклонения от требований, список литературы полный. Структура соответствует поставленным целям и задачам автора;

- верно используются приемы разработки туристских продуктов, технологии продаж. Выводы соответствуют целям. ПЗ не достаточно иллюстрирована схемами, таблицами, диаграммами;

- автор умеет выбирать самую сущность работы и находчив при ответах. Не в полной мере использует таблицы, схемы, графики, иллюстрации, презентации.

10.2.3 Оценка «удовлетворительно» ставится при соблюдении следующих условий:

- представленная на ГИА ВКР выполнена в соответствии с заданием согласно СТП 2.03-2005, имеет подписи выпускника, руководителя ВКР, консультантов по разделам ВКР, нормоконтролера и рецензента в основных надписях всех входящих в ВКР документов;

- тема выбрана без учета практических потребностей и без перспективы ее внедрения, ее актуальность хорошо аргументирована, определены цели и задачи работы. Предварительные результаты отсутствуют;

- в объеме и оформлении допущены существенные недостатки. Структура проекта соответствует целям и задачам автора;

- автор слабо владеет методиками разработки туристских продуктов, технологиями их продаж. Поверхностно анализируются и обобщаются результаты разработки. Выводы и предложения не трансформируются в технологию их реализации. Иллюстрации не убедительны или отсутствуют;

- автор не смог раскрыть главных достоинств работы. Ответы неубедительны, уклончивы. Нет ссылок на таблицы, схемы, графики, иллюстрации, презентации.

10.2.4 Оценка «неудовлетворительно» ставится в том случае, если:

- представленная на ГИА ВКР выполнена в полном соответствии с заданием согласно СТП 2.03-2005, имеет подписи выпускника, руководителя ВКР, консультантов по разделам ВКР, нормоконтролера и рецензента в основных надписях всех входящих в ВКР документов;

- тема избрана случайно, актуальность ее слабо аргументирована. Проект без ясных целей и задач;

- в объеме и оформлении имеют место грубые недостатки. Имеет место буквальное переписывание источников, используемых в работе;

- автор не владеет методиками разработки туристских продуктов, технологиями их продаж. Отсутствует анализ и обобщение результатов разработки продукта. Изложение носит репродуктивный характер. Собственное отношение не изложено, автор не сделал выводы, предложения не обоснованы и вызывают недоверие.

- автор плохо представляет суть своей работы, на вопросы затрудняется ответить.

10.2.5 При определении итоговой оценки защиты ВКР учитываются оценки членов ГЭК, оценка рецензента, оценка руководителя. При получении спорной оценки решающее значение имеет оценка председателя ГЭК.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Примерный список дипломных работ,
рекомендуемых обучающимся ГПОУ ЯО Рыбинский полиграфический колледж по специальности 42.02.01 «Реклама»
(базовый уровень)

1) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой разработки фирменного стиля.

2) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой проведения ребрендинга ранее разработанного фирменного стиля.

3) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой бизнес плана и экономических расчетов затрат на проведение планируемых рекламных мероприятий.

4) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой проведения маркетинговых исследований.

5) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой мероприятий по сбору рекламной информации и её анализу.

6) планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой написания сценария и проведения рекламной фото-сессии.

7) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой написания сценария и съемки рекламного видеоролика.

8) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой разработки и изготовления рекламного WEB-сайта.

9) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) и определение её эффективности с детальной проработкой разработки комплекта рекламных материалов (рекламного проспекта).

10) Планирование и проведение рекламной кампании (указывается наименование организации) в сетях Интернет с детальной проработкой мероприятий по размещению рекламной информации и определение её эффективности.

11) Проведение исследований в области рекламы (указать каких).

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Планирование и проведение рекламной компании ГПОУ ЯО Рыбинского полиграфического колледжа и определение её эффективности с детальной проработкой дизайна фирменного стиля и разработка комплекта рекламных материалов для специальности 42.02.01 «Реклама»

1. Актуальность темы дипломного проекта: данная работа позволяет использовать разработки, полученные в результате её выполнения, в проведении рекламных мероприятий по привлечению абитуриентов на специальность 42.02.01 «Реклама».

2. Исходные данные к конструкторскому разделу (бриф):

2.1. Назначение фирменного стиля с точки зрения характера рекламной информации, целей, задач и функционального назначения.

2.2. Характеристика исходного материала: объем и качество предоставленного исходного и ранее выполненного рекламного материала, его рекламно-информационные особенности.

2.3. Требования к разработке дизайна фирменного стиля и комплекта рекламных материалов (рекламно-художественное оформление должно отвечать требованиям, предъявляемым к печатной рекламной продукции).

2.4. Перечень оборудования:

- персональный компьютер;
- операционная система Windows 2000 и выше, IBM совместимый;
- периферийные устройства.

3. Исходные данные к технологическому разделу дипломного проекта:

3.1. Объем и элементы рекламно-художественного оформления фирменного стиля и разрабатываемых рекламных материалов с учетом технологических и практических требований, предъявляемых к данному типу рекламной продукции.

3.2. Место разрабатываемого проекта в общей структуре маркетинговых коммуникаций, проводимых в колледже.

3.3. Перечень технологического оборудования, применяемого для выполнения дизайна фирменного стиля и комплекта рекламных материалов:

- персональный компьютер;
- операционная система Windows 2010 и выше, IBM совместимый;
- периферийные устройства.

3.4. Параметры технологического оборудования, программного обеспечения и оборудования рабочего места дизайнера (художника-конструктора)

компьютерной графики.
3.5. Требования к рекламным технологиям и технологические карты дизайна рекламной продукции:
- подбор аналогов и сбор информации по объекту рекламы;
- подготовка эскизов рекламных материалов;
- создание макета рекламного продукта.
4. Требования к технико-экономическому разделу:
4.1 Составление сметы затрат на проведение рекламных работ;
4.2 Расчет себестоимости выполнения рекламных работ;
4.3 Определение эффективности рекламного продукта.
5. Требования к охране труда:
5.1 Инструкция по технике безопасности при работе с настольной издательской системой (НИС);
5.2 Схема организации рабочего места дизайнера (художника-конструктора) компьютерной графики.
6. Содержание пояснительной записки (в соответствии с методическими указаниями по дипломному проектированию):
Введение
1 Информационный поиск:
1.1 Основные методы дизайна рекламного продукта.
1.2 Анализ аналогов дизайнерских разработок проектируемого рекламного продукта.
2 Требования к рекламному продукту (техническое задание на выполнение рекламных работ):
2.1 Характеристика исходного материала, предложенного к разработке дизайна рекламного продукта (Бриф).
2.2 Требования к дизайну рекламного продукта.
3 Конструкторский раздел.
3.1 Выполнение эскизов дизайна рекламного продукта.
3.2 Разработка макета рекламного продукта.
3.3 Рекламно-художественное оформление рекламного продукта.
3.4 Автоматизация подготовка макетов рекламного продукта.
4 Технологический раздел:
4.1. Объем и элементы рекламно-художественного оформления рекламного продукта.
4.2. Место разрабатываемого рекламного проекта в общей структуре маркетинговых коммуникаций.
4.3. Перечень технологического оборудования, применяемого для вы-

полнения работ по созданию рекламного продукта.

4.4. Параметры технологического оборудования и программного обеспечения рабочего места дизайнера компьютерной графики.

5 Экономическая часть:

5.1 Смета затрат на создание рекламного продукта.

5.2 Расчет себестоимости производства рекламного продукта.

5.3 Определение эффективности рекламного продукта.

6 Охрана труда:

6.1 Должностная инструкция дизайнера компьютерной графики.

6.2 Инструкция по охране труда на рабочем месте дизайнера (инженера-конструктора) компьютерной графики.

6.3 Схема рабочего места дизайнера (инженера-конструктора) компьютерной графики.

Заключение.

Список литературы.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Бланк задания на ВКР

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное профессиональное образовательное учреждение
Ярославской области
РЫБИНСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора
по учебной работе
_____
(подпись)
«____» _____20_ г.

ЗАДАНИЕ
НА ДИПЛОМНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Студенту _____
Специальность _____
(код и наименование специальности)
Руководитель проекта _____
Тема утверждена приказом директора Колледжа _____ № _____
1. Тема дипломного проекта _____
_____
_____
2. Актуальность темы ДП _____
_____
_____
_____
_____
3. Исходные данные к ДП _____
_____
_____
3.1. Назначение и комплектность изделия (составной части изделия -
_____
_____
_____
3.2. Характеристика способов связи устройства с другими элементами,
изделия: . _____
_____
_____
3.3. Конструкторская документация _____
_____
_____

3.4. Требования к конструкции _____

_____

_____

_____

3.5. Исходные данные для выполнения конструкторских расчетов (норма эксплуатации, определяемые различными нормами и _____

_____

_____

_____

3.6. Материальная (элементная) _____

_____

_____

3.7. Предполагаемый объем _____

_____

3.8. Прочие требования: _____

_____

_____

4. Задание на проведение конструкторских расчетов с _____

_____

с _____

_____

5. Исходные данные к технологическому разделу _____

. _____

5.1. Назначение и параметры объекта для разработки _____

_____

_____

_____

5.2. Место разрабатываемой технологии в общем технологическом _____

_____

. _____

_____

5.3. Перечень технологического оборудования: _____

_____

_____

_____

_____

_____

5.4. Параметры технологического _____

_____

_____

5.5. Исходные данные для выполнения технологических _____

_____

_____

5.6. Требования к

5.7. Предполагаемый объем .

5.8. Прочие требования:

6. Требования к технико-экономическому

7. Требования к охране

8. Содержание пояснительной записки (в соответствии с методическим проектированию):

9. Графическая часть дипломного проекта:

Консультанты по разделам:

Технико-экономическому	подпись, дата	инициалы, фамилия
Охраны труда	подпись, дата	инициалы, фамилия
Руководитель проекта	подпись, дата	инициалы, фамилия
Задание принял к	подпись, дата	инициалы, фамилия

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

Работы над дипломным
проектом студента _____

№ п/п	Наименование этапов дипломного проектирования	Срок выполнения этапов	Примечания
1	Исходные данные, сбор и анализ информации		
2	Составление конструкторского раздела (бриф)		
3	Определение целевой аудитории		
4	Разработка макета рекламных материалов		
5	Определение маркетинговой ситуации		
6	Формирование творческой стратегии		
7	Определение эффективности рекламного продукта		
8	Экономический расчет рекламной кампании		
9	Разработка инструкции по охране труда		
10	Оформление пояснительной записки		
11	Прохождение нормоконтроля		
12	Рецензирование		

Студент _____ Руководитель проекта _____

Примечание: Календарный план работы над дипломным проектом разрабатывается студентом до начала дипломного проектирования

Ход выполнения дипломного проекта:

Смотр дипломных
проектов _____

(% выполнения, подпись председателя комиссии)

Предварительная защита _____

Защита проекта на заседании
ГАК _____

(дата защиты и подпись зав. отделением)

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Примерный перечень дополнительных теоретических вопросов на защите ВКР с указанием учебных общепрофессионального дисциплин и профессиональных модулей

ОПД Основы рекламы

1. Понятие и происхождение термина «реклама».
2 Классификация рекламы.
3 Понятие средств рекламы.
4. Классификация средств рекламы.
5. История развития рекламы.
6. Сущность и социальная значимость профессии специалист по рекламе.

ОПД Рекламная деятельность

1. Основные направления рекламной деятельности.
2. Виды рекламной деятельности.
3. Структура рекламного рынка.
4. Управление рекламной деятельностью.
5. Основные участники рекламного рынка.
6. Целевая аудитория рекламного рынка.
7. Понятие «бренд» и его значение.
8. Виды и средства распространения рекламы.
9. Организация медиапланирования.
10. Поиск оптимальных решений при создании рекламного продукта.
11. Перспективы современной рекламной деятельности.
12. Оценка эффективности рекламной деятельности.
13. Планирование рекламной деятельности.

ОПД «Основы психологии»

1. Особенности психологии общения.
2. Особенности психологии восприятия.
3. Особенности работы в коллективе и команде.
4. Способы эффективного общения с коллегами, руководством и потребителями.
5. Особенности планирования повышения квалификации.
6. Порядок определения задач профессионального развития.
7. Особенности самообразования в сфере рекламной деятельности.

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (Дизайн рекламы)

1. Организация поиска рекламных идей.
2. Элементы фирменного стиля.
3. Порядок художественного эскизирования.
4. Выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
3. Дизайн рекламы и разработка авторских рекламных проектов.
4. Приемы построения композиции рекламы.
5. Использование цвета в рекламе.
6. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

7. Организация деятельности по выбору типовых методов и способов выполнения профессиональных задач.
8. Оценка эффективности и качества рекламной продукции.

МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта «Рекламный текст и психология рекламы»

1. Виды рекламных обращений.
2. Особенности рекламных обращений.
3. Выразительные и художественно-выразительные средства речи в рекламе.
4. Стилистика рекламного текста.
5. Особенности составления аудио рекламного текста.
6. Особенности составления аудиовизуального текста.
7. Особенности составления печатного рекламного текста.
6. Роль психических процессов в формировании рекламных образов.
7. Психология цвета, света и формы в рекламе.
8. Особенности психологического воздействия рекламы.
9. Способы психологического воздействия в рекламе.
10. Коммуникативные функции в рекламе.
11. Методы психологического анализа в рекламе.
12. Классификация рекламных компаний.
13. Модели рекламных компаний.
14. Цели рекламных компаний.

ПМ. 02 Производство рекламной продукции

МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале (Проектирование в сфере применения)

1. Порядок выбора и использования инструментов, оборудования, основных изобразительных средства и материалов.
2. Порядок создания модели (макета, сценария) объекта рекламы с учетом выбранной технологии.
3. Порядок исполнения оригиналов или отдельных элементов проекта в материале.
4. Организация подготовки к производству рекламного продукта.

МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа

1. Порядок использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.
2. Особенности работы при смене информационно-коммуникационных и рекламных технологий в профессиональной деятельности.

МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии (Техника и технология фотосъемки)

1. Особенности осуществления фотосъемки для производства рекламного продукта.

МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео (Техника и технология видеосъемки)

1. Особенности осуществления видеосъемки для производства рекламного продукта.

ПМ. 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

МДК.03.01. Маркетинг в рекламе

1. Порядок выявления требований целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
2. Порядок разработки средств продвижения рекламного продукта.
3. Особенности разработки маркетинговой части бизнес-плана рекламной кампании.

МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности

1. Основные положения закона «О рекламе».

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

1. Порядок планирования работы в составе коллектива исполнителей.
2. Порядок осуществления самоконтроля при изготовлении рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
3. Порядок подготовки документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

(Агент рекламный)

1. Порядок организации и проведения рекламных мероприятий.