

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ.Х.М.БЕРБЕКОВА»
КОЛЛЕДЖ ДИЗАЙНА**



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по УР
Лесев В.Н.

[Signature]
«14» 05 2025

**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
по специальности среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама**

2025 г.

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 июля 2023 г. N 552.

Автор-составитель: Каширокова И.Е. зам. директора по учебной работе колледжа дизайна КБГУ.

Программа рассмотрена и одобрена решением Ученого совета от 12.05.2025 г. (протокол №8), как соответствующая требованиям федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Рецензент (представитель работодателя): Тришина О.О., генеральный директор ООО Рекламное агентство «Легко»

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**
 - 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**
 - 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**
 - 4. ПОРЯДОК ПОДАЧИ И РАССМОТРЕНИЯ АПЕЛЛЯЦИЙ**
 - 5. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**
- ПРИЛОЖЕНИЯ**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

1.1. Область применения программы государственной итоговой аттестации

Программа государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности: 42.02.01 Реклама в части освоения видов профессиональной деятельности:

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

В процессе ГИА осуществляется экспертиза сформированности у выпускников общих и профессиональных компетенций (ОК и ПК).

Общие компетенции, включающие в себя способность выпускника (перечисляются в соответствии с ФГОС СПО):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.2. Цели государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация проводится с целью установления соответствия уровня освоенности компетенций, обеспечивающих соответствующую квалификацию и уровень образования обучающихся, ФГОС СПО. ГИА призвана способствовать систематизации и закреплению знаний и умений обучающегося по специальности при решении конкретных профессиональных задач, определить уровень подготовки выпускника к самостоятельной работе.

1.3. Количество часов, отводимое на государственную итоговую аттестацию

всего - 6 недель, в том числе:

В том числе:

- подготовка к защите ВКР - 4 недели;
- защита ВКР - 2 недели.
- демонстрационный экзамен – 2 дня

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

2.1. Формы и сроки проведения государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы, которая выполняется в виде дипломной работы (дипломного проекта) и демонстрационного экзамена (базовый уровень). На государственную итоговую аттестацию отводится 6 недель.

2.2. Содержание государственной итоговой аттестации

2.2.1. Подготовка и защита ВКР

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

Защита производится на открытом заседании ГЭК с участием не менее двух третей ее состава. Решения ГЭК принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии. При равном числе голосов голос председательствующего на заседании ГЭК является решающим. Результаты защиты ВКР объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний ГЭК. Присуждение квалификации осуществляется на заключительном заседании ГЭК и фиксируется в отдельном протоколе.

Обучающийся, не прошедший защиту ВКР или получивший оценку «неудовлетворительно», может повторно выйти на защиту не ранее чем через шесть месяцев. Для повторного выхода на защиту ВКР обучающийся, не прошедший защиту по неуважительной причине или получивший неудовлетворительную оценку, восстанавливается в образовательную организацию на период времени, предусмотренный календарным учебным графиком для прохождения ГИА.

Обучающимся, не проходившим защиту ВКР по уважительной причине, предоставляется возможность пройти ее повторно без отчисления из образовательной организации. Дополнительные заседания ГЭК организуются в сроки, установленные локальными нормативными актами образовательной организации.

Повторное прохождение защиты ВКР для одного лица назначается образовательной организацией не более двух раз.

Лучшие ВКР могут быть рекомендованы ГЭК к публикации в виде отдельной статьи и/или реализации их на базе партнеров образовательной организации.

2.2.2. Требования к структуре и оформлению дипломной работы

Дипломная работа включает в себя пояснительную записку, графическую часть, макет или изделие.

Структура пояснительной записки:

- титульный лист
- оглавление;
- введение;
- предпроектные исследования;
- концептуальное решение проекта;
- дизайнерское решение проекта;
- заключение;
- библиографический список;
- приложения

Основные требования к оформлению ПЗ:

- ПЗ распечатывается на бумаге формата А4 (210х298 мм.);
- работа должна быть сброшюрована (переплетена);
- объем дипломной работы (без приложений) – не менее 50 страниц;
- гарнитура шрифта Times New Roman, размер шрифта – 14 пт. (если объем текста 50 страниц и более – 12 пт.), для формул – 16, для таблиц – 10, 12 или 14;
- межстрочный интервал – 1,5;
- листы ПЗ должны иметь поля: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 15 мм, верхнее и нижнее – не менее 20 мм;
- абзацы в тексте начинаются отступом, равным 15 мм;
- расстояние между заголовком и текстом три интервала, расстояние между подзаголовком и текстом два интервала;
- заголовки структурных элементов ПЗ (содержание, введение, список использованных источников, приложение) и разделов основной части следует начинать с нового листа и располагать с левой стороны с отступом равным 15 мм без точки в конце прописными буквами;
- переносы слов в заголовках и подзаголовках не допускаются;
- заголовки и подзаголовки не следует подчеркивать, а также выделять другим цветом;
- содержание основной части дипломного проекта можно разбивать (если это необходимо) на разделы, подразделы;
 - каждый раздел (кроме пунктов и подпунктов) начинать с нового листа;

- ссылки (после цитаты, изложения чьей-либо точки зрения) указывать в квадратных скобках № источника в списке литературы, № страницы, например: [4, 175 с.];
- использовать минимум сокращений (только общепринятых);
- рисунки выполнять на белой бумаге любым способом, в том числе с помощью компьютера или представлять в отсканированном варианте;
- опечатки, описки и графические неточности допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста черными чернилами или тушью рукописным способом;
- нумерация листов ПЗ ДП (ДР) производится арабскими цифрами, титульный лист включается в общую нумерацию, но номер на титульном листе не ставится;
- все приложения включают в общую нумерацию листов, нумерация должна быть сквозная;
- на все приложения дать ссылки в основном тексте документа;
- приложения расположить в порядке ссылок на них в тексте документа;
- приложение должно иметь заголовок, который записывают под словом «Приложение» с правой стороны прописной буквой отдельной строкой;
- допускается оформлять приложения на листах формата А3, А2, А1, А4х3, А4х4.

Общие требования к содержанию пояснительной записки

Содержание пояснительной записки должно включать названия основных структурных элементов, названия глав, параграфов, пунктов и т.п. Во введении обосновывается выбор темы дипломной работы, формулируется цель работы, определяются задачи, которые необходимо решить в процессе проектирования. Основная часть состоит из нескольких глав (разделов). Обязательно должны присутствовать предпроектный (аналитический) и проектный разделы (главы). В предпроектной (аналитической) части (главе) изучаются аналоги, необходимые исторические аспекты темы, другие необходимые для освоения темы материалы. В проектной части (главе) обосновывается и описывается проектная идея, материалы, предлагаемые для реализации идеи и конструкторско-технологические приемы её решения. В заключении (выводах) подводятся итоги выполнения работы: что сделано, какой способ производства наиболее адекватен для реализации проектной разработки, каковы перспективы её внедрения.

В приложении к пояснительной записке могут приводиться:

- поисковые эскизы, представленные на планшетах;
- иные графические материалы, на которые в ПЗ имеются ссылки.

2.2.3 Проведение демонстрационного экзамена

Демонстрационный экзамен направлен на определение уровня освоения выпускником материала, предусмотренного образовательной программой, и степени сформированности профессиональных умений и навыков путем проведения независимой экспертной оценки выполненных выпускником практических заданий в условиях реальных или смоделированных производственных процессов.

Требования к содержанию заданий демонстрационного экзамена базового уровня

Вид деятельности (вид профессиональной деятельности)	Перечень оцениваемых ОК, ПК	Перечень оцениваемых умений, навыков (практического опыта)
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ОК: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умение: выделять наиболее значимое в перечне информации
	ПК: Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	Умение: определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет
		Навык: постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет
	ПК: Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Умение: преобразовывать требования заказчика в бриф
		Навык: подбора и использования оффера
		Умение: проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность
		Умение: писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК: Определять целевую аудиторию и целевые группы	Умение: производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей
	ПК: Проводить анализ конкурентов	Навык: выявления основных и второстепенных конкурентов

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК: Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Умение: определять ключевые цели рекламной кампании
		Умение: формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК
		Умение: осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения
		Умение: определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание
		Умение: учитывать мнение заказчика при планировании РК
	ПК: Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Умение: определять и обеспечивать максимальные КРІ в пределах рекламного бюджета

2.2.4. Продолжительность демонстрационного экзамена

Вид аттестации	Уровень ДЭ	Составная часть КОД (инвариантная/вариативная)	Продолжительность ДЭ
ГИА	базовый	Инвариантная часть	2 ч. 45 мин.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.1. Материально – техническое обеспечение

Для подготовки к ГИА обучающиеся в установленном порядке используют учебно-методические и иные ресурсы образовательной организации, учреждений, организаций и предприятий, на базе которых проходит их производственная практика и проводится демонстрационный экзамен.

3.1.1 При выполнении ВКР для преподавателей – руководителей ВКР и консультантов обеспечивается наличие помещения, в котором присутствуют:

- рабочее место для консультанта - преподавателя;
- компьютер, принтер;
- лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения;
- график проведения консультаций по ВКР;
- комплект учебно-методической документации;
- доступ к ресурсам сети Интернет.

3.1.2. Для защиты ВКР отведен специально подготовленный кабинет, в котором присутствуют:

- рабочее место для членов ГЭК;
- компьютер, мультимедийный проектор, экран;
- лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.

3.1.3. Демонстрационный экзамен проводится в центре проведения демонстрационного экзамена, представляющем собой площадку, оборудованную и оснащенную в соответствии с комплектом оценочной документации.

3.2. Информационно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации

При проведении ГИА необходимо обеспечить доступ к информационному сопровождению, в обязательном порядке включающему:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.06.2013 № 464 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 08.11.2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 20.07.2015 № 06-846 «О направлении Методических рекомендаций по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы в образовательных организациях, реализующих образовательные программы среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена»;
- приказ «Ворлдскиллс Россия» от 31.01.2019 № 31.01.2019-1 «Об утверждении методики организации и проведения демонстрационного экзамена по стандартам Ворлдскиллс Россия»;
- положение об организации выполнения и защиты ВКР КБГУ;
- программу ГИА;
- методические рекомендации по выполнению ВКР;
- методические рекомендации по подготовке к демонстрационному экзамену;
- комплект оценочной документации для проведения демонстрационного экзамена;
- приказ об утверждении председателей ГЭК;
- приказ о создании ГЭК;
- приказ об утверждении тем ВКР;
- зачетные книжки;
- сводную ведомость успеваемости за период обучения;
- протоколы заседаний ГЭК;
- итоговый протокол проведения демонстрационного экзамена;
- литературу по специальности, ГОСТы, справочники и т.п.

3.3. Кадровое обеспечение государственной итоговой аттестации

3.3.1 Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих руководство выполнением ВКР.

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих руководство выполнением выпускных квалификационных работ: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю специальности 42.02.01 Реклама.

3.3.2. Требования к квалификации членов ГЭК

Для проведения Государственной итоговой аттестации создается Государственная экзаменационная комиссия (ГЭК). Основными функциями ГЭК является:

- комплексная оценка уровня подготовки выпускника и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта;
- решение вопроса о присвоении квалификации по результатам государственной итоговой аттестации и выдаче выпускнику соответствующего диплома о среднем профессиональном образовании;
- разработка рекомендаций по совершенствованию подготовки выпускников по специальностям среднего профессионального образования.

ГЭК формируется из числа педагогических работников образовательных организаций, лиц, приглашенных из сторонних организаций, в том числе: педагогических работников; представителей организаций-партнеров, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники.

Состав членов экзаменационной комиссии объявляется приказом ректора КБГУ, председатель ГЭК директором Департамента координации деятельности образовательных организаций по представлению КБГУ.

Кандидатура председателя ГЭК утверждается директором Департамента координации деятельности образовательных организаций. Состав ГЭК утверждается приказом ректора КБГУ, не позднее чем за один месяц до начала ГИА, на один календарный год. Общая численность ГЭК составляет не менее 5 человек.

Директор колледжа является заместителем председателя ГЭК. В случае создания в колледже дизайна нескольких ГЭК, заместителем председателя ГЭК назначаются заместители директора колледжа.

В состав ГЭК входит технический секретарь без права совещательного голоса, который ведет протоколы заседаний комиссии, содействует председателю ГЭК в подготовке отчета.

Демонстрационный экзамен осуществляется посредством независимой экспертной оценки, которую осуществляют лица, являющиеся экспертами, т.е. обладающие профессиональными знаниями, навыками и опытом в сфере,

соответствующей профессии, специальности среднего профессионального образования, по которой проводится демонстрационный экзамен, включенные в состав экспертной группы, в том числе в рамках состава государственной экзаменационной комиссии.

Экспертная группа создается из числа лиц, приглашенных из сторонних организаций и обладающих профессиональными знаниями, навыками, опытом в сфере соответствующей специальности среднего профессионального образования, по которой, проводится демонстрационный экзамен.

Экспертная группа создается по каждой специальности среднего профессионального образования, по которым проводится демонстрационный экзамен. Экспертную группу возглавляет главный эксперт. Главным экспертом назначается лицо, обладающее профессиональными знаниями, навыками и опытом в сфере, соответствующей специальности среднего профессионального образования. При проведении государственной итоговой аттестации главный эксперт назначается из числа лиц, входящих в состав экспертной группы.

4. ПОРЯДОК ПОДАЧИ И РАССМОТРЕНИЯ АПЕЛЛЯЦИЙ

По результатам ГИА выпускник имеет право подать письменное апелляционное заявление о нарушении установленного порядка проведения ГИА и/или несогласии с результатами ГИА (далее – апелляция).

Апелляция подается лично выпускником или родителями/законными представителями несовершеннолетнего выпускника в апелляционную комиссию.

Апелляция о нарушении порядка проведения государственной итоговой аттестации подается непосредственно в день проведения государственной итоговой аттестации.

Апелляция о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации подается не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственной итоговой аттестации.

Апелляция рассматривается апелляционной комиссией не позднее трех рабочих дней с момента ее поступления.

Апелляция рассматривается на заседании апелляционной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

На заседание апелляционной комиссии приглашается председатель соответствующей государственной экзаменационной комиссии.

Порядок работы апелляционной комиссии определяется Положением «О порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования КБГУ». По результатам рассмотрения апелляции апелляционная комиссия принимает одно из решений:

- об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях порядка проведения ГИА не подтвердились и/или не повлияли на результат ГИА;
- об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях порядка проведения ГИА подтвердились и повлияли на результат ГИА.

В последнем случае результат проведения ГИА подлежит аннулированию.

Протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в ГЭК.

Выпускнику предоставляется возможность пройти ГИА в дополнительные сроки, установленные образовательной организацией.

Протокол решения апелляционной комиссии присоединяется к протоколам ГЭК при сдаче в архив.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

5. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Оценка результатов защиты дипломного проекта

Оценка результатов ГИА определяется в ходе заседания ГЭК оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Защита ВКР:

Оценка «отлично» ставится если:

- дипломный проект выполнен на актуальную тему, стилистика представленной работы соответствует современным тенденциям в области художественно-проектной культуры;
- дипломный проект свидетельствует о наличии глубоких теоретических и практических знаний обучающегося, содержит элементы научного исследования: умения обобщать и анализировать литературу, анализировать фактический материал, проводить элементарные исследования по отбору, обработке и систематизации материала;
- выпускник демонстрирует высокую степень самостоятельности в работе и высокий уровень сформированности общих и профессиональных компетенций в выполнении профессиональных задач;
- представленные дизайнерские разработки и научные исследования, выполненные в рамках работы, могут быть рекомендованы к производству или использованию в реальной дизайнерско-проектной деятельности;
- графические проектные материалы разработаны самостоятельно и выполнены на высоком художественном и эстетическом уровне с использованием современных компьютерных технологий и специализированных дизайнерских программ.

Оценка «хорошо» ставится если:

- дизайн-проект посвящен заданной теме, выполнен относительно самостоятельно, обладает определенной новизной и практической значимостью;
- актуальность выпускной квалификационной работы достаточно аргументирована, в целом определены цели, задачи, осязнана литература по теме проекта и история вопроса, сформулирован авторский замысел.

- структура работы соответствует поставленным целям автора, содержание темы раскрыто, но в работе имеются отдельные погрешности (нарушения логики темы, неполнота анализа творческого материала, неточности в анализе источников);
- отсутствует креативность решений;
- изложение, выводы и предложения соответствуют целям и задачам проекта;
- работа правильно и аккуратно оформлена, но есть отдельные неточности в методах дизайн проектирования.

Оценка «удовлетворительно» ставится если:

Студент не владеет теоретическим и практическим материалом в рамках исследуемой темы. Логика изложения, уместность использования наглядности отсутствует. При защите проекта студент затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки. К защите не подготовлены наглядные пособия или раздаточный материал. Выводы в отзыве руководителя и в рецензии на ВКР содержат существенные замечания, указывают на недостатки, которые не позволили студенту раскрыть тему.

5.2. Распределение баллов по критериям оценивания для демонстрационного экзамена базового уровня

№ п/п	Модуль задания (вид деятельности, вид профессиональной деятельности)	Критерий оценивания	Баллы
1	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации, и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	2,00
		Разработка стратегии продвижения бренда в сети Интернет	7,00
		Разработка рекламных кампаний бренда в сети Интернет	17,00
2	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	Определение целевой аудитории и целевых групп	4,00
		Проведение анализа конкурентов	4,00
3	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Проведение стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	12,00
		Предъявление результатов стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	4,00
ИТОГО			50,00

1. ПРИЛОЖЕНИЯ

Примерная тематика выпускной квалификационной работы (дипломного проекта)

1. Достижение целей рекламной коммуникации с помощью интернет- сайта и элементов фирменного стиля
2. Достижение целей рекламной коммуникации в среде Интернет с помощью веб-сайта
3. Разработка комплекса печатной рекламы в рамках коммуникационной политики фирмы
4. SMM, как средство реализации коммуникационной кампании социальной программы
5. Интернет-сайт, как способ формирования бренда
6. Достижение целей рекламной коммуникации посредством разработки элементов фирменного стиля и рекламной продукции
7. Печатная реклама, как средство поддержки SMM для реализации социальной программы
8. Айдентика, как средство рекламной коммуникации организации
9. Разработка рекламных коммуникационных элементов (под запрос работодателя)
10. Разработка комплексной рекламной кампании (под запрос работодателя)
11. Дизайн интерьера в рекламной коммуникации организации
12. Разработка коммуникационных элементов с целью формирования узнаваемости компании
13. Рестайлинг фирменного стиля, как элемент рекламной коммуникации
14. Разработка рекламной кампании с целью повышения узнаваемости организации
15. Разработка коммуникационной кампании для организации
16. Рестайлинг фирменного стиля с целью формирования имиджа компании и усиления рекламной коммуникации
17. Достижение целей в рекламной и маркетинговой коммуникации в сети Интернет с помощью интерактивного сайта
18. Разработка комплекса печатной рекламы в рамках коммуникационной политики организации
19. Разработка дизайна сайта и печатной рекламной продукции как элементов рекламной коммуникации компании
20. Фирменный стиль и мобильное приложение для достижения рекламной коммуникации организации
21. Разработка коммуникационной кампании
22. Разработка коммуникационной кампании с целью реализации сезонного предложения
23. Формирование бренда посредством айдентики в рамках стратегии «Имидж марки»
24. Разработка фирменного стиля и сайта для усиления B-to-B коммуникации
25. Рестайлинг фирменного стиля и разработка элементов рекламной коммуникации для интернет- магазина
26. Разработка фирменного стиля организации и его применение в комплексной рекламной кампании
27. Достижение целей рекламной коммуникации организации посредством проведения BTL- акции

Образцы заданий для проведения демонстрационного экзамена базового уровня

Модуль № 1:

Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Вид аттестации/уровень ДЭ: БУ

Текст задания:

Ознакомьтесь с карточкой клиента (Приложение 1).

Для клиента необходимо реализовать продвижение товара или услуги в среде Интернет с учетом пожелания заказчика.

Для этого преобразуйте данные от клиента в таблицу брифа на разработку Интернет рекламы; определите тип рекламной стратегии продвижения для бренда; выделите задачи продвижения объекта рекламирования; выделите/ сформулируйте оффер; составьте текст рекламного характера для продвижения товара/услуги в сети Интернет (социальные сети) не менее 200 символов, проверив его на оригинальность; покажите как будет выглядеть рекламный носитель, используя доступные изображения из свободных источников в Интернет и мокапы для наглядности.

Необходимые приложения: Приложение 1. Карточка клиента

Модуль № 2:

Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Вид аттестации/уровень ДЭ: БУ

Текст задания:

Ознакомьтесь с описанием компании (Приложение 2) и проведите исследования для реализации рекламного продукта.

Для этого проведите сегментацию целевой аудитории компании по различным характеристикам; выделите первичных и вторичных конкурентов компании, сделайте выводы о состоянии компании на рынке.

Необходимые приложения: Приложение 2. Описание компании

Модуль № 3:

Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Вид аттестации/уровень ДЭ: БУ

Текст задания:

Осуществите разработку элементов рекламной кампании в сети Интернет для заказчика на основе данных описания компании (Приложение 2).

Для этого определите ключевые цели для рекламной кампании заказчика; сформулируйте задачи исходя из целей;

выберите каналы и методы рекламного продвижения;

определите конкретные носители рекламы и покажите их оптимальное сочетание в графике подачи рекламы;

выполните первичную настройку контекстной рекламы, исходя из выделенного бюджета.

Необходимые приложения:

Карточка клиента

Сеть магазинов розничной торговли «Посмотри на солнце» осуществляет деятельность по розничной торговле солнцезащитными очками и аксессуарами. Магазин представлен в городах Краснодар, Геленджик, Новороссийск. Первый и самый крупный магазин расположен в г. Краснодар на улице Красной, д. 65. Магазин пользуется популярностью у местных жителей и у гостей города, в особенности в тёплое время года. Мы привозим новые и актуальные коллекции очков для мужчин и для женщин, особый акцент делаем на женскую аудиторию, которая следит за тенденциями в мире моды, обновляет модели очков к новому сезону. Для мужчин – ориентируемся на стиль, строгие формы и классические модели, качество и узнаваемые бренды, мужчины более консервативные в выборе очков и аксессуаров. Наши клиенты ведут активный образ жизни, много путешествуют, часто бывают на природе или ездят на личном автомобиле, поэтому заинтересованы в нашей продукции. Ценовая политика наших товаров средняя, а большая часть ассортимента – выше средней. Очки новых коллекций могут стоить от 3000 руб. до 15 000 руб. Прошлогодние коллекции всегда идут со скидками в 30- 40%. Наш главный девиз: «Качественные очки – стоят тебя!». Компания стремится дать своему покупателю качественный, стильный и проверенный аксессуар для защиты зрения в любое время года. Наш магазин готов предоставить скидку на первую пару солнцезащитных очков пользователям из сообщества «ВКонтакте» в 15%, при условии, что во время покупки они могут показать подписку на своем телефоне. Такая же скидка доступна покупателям, совершающим покупку напрямую из приложения в сообществе социальной сети. На текущий момент мы хотим, чтобы о нас узнало как можно больше потенциальных клиентов. Мы заинтересованы в развитии своего бренда в сети Интернет, так как с 2020 года ведем продажи как непосредственно в магазине, так и через Интернет (через различные торговые площадки и маркетплейсы). Сейчас у магазина есть небольшое сообщество в социальной сети «ВКонтакте», и мы хотим, чтобы это сообщество приносило новых клиентов. Мы стремимся стать ближе к нашим клиентам, поддерживать с ними дружеский и доверительный характер общения, наша компания предпочитает яркие цвета и броские визуальные решения.

Ждем от Вас варианты и визуализацию рекламных носителей в сети Интернет.

Описание компании

Предприятие по производству офисной мебели планирует выводить на рынок новую линейку продукции – премиальную офисную мебель из прозрачного пластика для офисных помещений, конференц-залов, зон ожидания. Производство базируется в Московской области, гор. Лыткарино и на сегодняшний день предлагает своим клиентам огромный ассортимент изделий из акрила и полимерного пластика. Новая линейка прозрачной мебели отличается изяществом форм, функционалом, увеличенной толщиной изделий и их надежностью к истиранию, механическим повреждениям. Наша мебель – это прозрачное изящество и красота вашего офиса. Мы заботимся о эргономике нашей мебели и вашем комфорте.

Сейчас нам необходимо войти в нужную нишу рынка с новой линейкой продукции, привлечь к себе внимание и начать получать прибыль в этом сегменте. Мы стремимся развивать продажи в Интернет среде для расширения географии клиентской базы по всем крупным городам России через контекстную рекламу. Наша компания планирует увеличить поток заказов из Интернета в три раза, тогда как сейчас из Интернета приходит порядка 3-5 заказов в неделю. Сейчас у компании есть сайт с каталогом продукции, но там достаточно сложно найти нужную линейку товаров, поэтому мы хотим рассказать о новой линейке в отдельном небольшом продающем сайте. Для реализации этих показателей наша компания готова выделить до 200 000 рублей бюджета на рекламную кампанию. В качестве лояльности для клиентов, приобретающих мебель из новой коллекции, мы предлагаем бесплатный расчет и планировку, а также возможную скидку до 10% стоимости заказа.

Наша компания оформляет свои рекламные материалы в корпоративных цветах – белый, светло-серый и акцентный красный. Рекламные материалы нашей компании легкие и уместные. Мы ведем диалог со своими клиентами официально и уважительно. Так же нам необходимы варианты названия для новой коллекции нашей продукции.

Контактные данные: 8-800-200-01-05 менеджер по продажам Алина Егорова. Адрес производства: Московская область, г. Лыткарино, ул. Луговая, стр.1