

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Горшков Георгий Сергеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 14.02.2023 10:11:46
Уникальный программный ключ:
77acd55e49b7c81c7c6a46276b4779b08f9164a9

**Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Московский областной финансово-юридический институт»**

Одобрено Педагогическим советом
«11» апреля 2023 г.
Протокол № 8-23

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Директора МФЮИ
от 16.05.2023 г. № 10-05/23

**ПРОГРАММА
ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**по программе подготовки специалистов среднего звена
по специальности**

42.02.01 Реклама
(базовая подготовка)

Квалификация выпускника – Специалист по рекламе

Москва, 2023

Программа итоговой аттестации разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Минобрнауки России № 510 от 12.05.2014 г. (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 г., регистрационный N 32859).

РАССМОТРЕНО:

на заседании кафедры "Журналистика, реклама и PR"
Протокол от 11 апреля 2023 г. № 5
Заведующий кафедрой А.В. Овруцкий

СОГЛАСОВАНО:

Председатель экзаменационной комиссии
кандидат педагогических наук, арт-директор ООО «Агентство Виват»
М.В. Кернерман

СОГЛАСОВАНО:

ООО "Пролог Плюс"
Ген. директор Спиридонов А.А.

Разработчик: к.ф.н, доцент Чеботарева И.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2. ТРЕБОВАНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА СПО.....	6
2.1. Специальность среднего профессионального образования.....	6
2.2. Наименование квалификации и уровень подготовки	6
2.3. Срок получения среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена.....	6
2.4. Итоговые образовательные результаты по программе подготовки специалистов среднего звена.....	6
3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	7
3.1. Форма итоговой аттестации	7
3.2. Объем времени, этапы и условия проведения итоговой аттестации	8
3.3. Кадровое обеспечение подготовки и проведения итоговой аттестации.	8
3.4. Документационное обеспечение подготовки и проведения итоговой аттестации.....	8
3.5. Условия допуска к итоговой аттестации.....	9
4. ТРЕБОВАНИЯ К ДИПЛОМНОМУ ПРОЕКТУ	9
4.1. Требования к тематике дипломного проекта.....	9
4.2. Требования к структуре, объему и оформлению дипломного проекта	9
4.3. Требования к подготовке и процедуре защиты дипломного проекта...	9
5. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИЕЙ	10
6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ	11
7. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ИА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	12
7.1. Общие требования к проведению ИА для лиц с ОВЗ.....	12
7.2. Дополнительные требования к проведению ИА для лиц с ОВЗ	13
8. ТЕМАТИКА ДИПЛОМНЫХ ПРОЕКТОВ	15
<i>Приложение 1</i>	20

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа итоговой аттестации определяет порядок проведения ГИА по специальности **42.02.01 Реклама** является обязательной процедурой для выпускников в части оценки качества освоения программы подготовки специалистов среднего звена, завершающих освоение программы подготовки специалистов среднего звена в Автономной некоммерческой организации профессионального образования «Московский областной финансово-юридический институт» (далее – МФЮИ).

Целью итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования соответствующим требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Содержание программы ИА разработано на основе:

- Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 08.11.2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерством образования и науки РФ № 510 от 12.05.2014 г. (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 г., регистрационный N 32859);

Программа ИА фиксирует основные регламенты подготовки и проведения процедуры итоговой аттестации, определенные в нормативных и организационно-методических документах МФЮИ:

- Положение о порядке проведения итоговой аттестации по не имеющим государственной аккредитации образовательным программам среднего профессионального образования в Автономной некоммерческой организации профессионального образования «Московский областной финансово-юридический институт МФЮИ»;
- Положение об организации выполнения и защиты дипломной работы (проекта) по образовательным программам среднего профессионального образования в Автономной некоммерческой организации профессио-

нального образования «Московский областной финансово-юридический институт МФЮИ»;

- Методические рекомендации по выполнению и защите Дипломного проекта для обучающихся специальности 42.02.01 Реклама.

В Программе итоговой аттестации используются следующие сокращения:

ФГОС СПО – федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования

ОК – общие компетенции

ПК – профессиональные компетенции

ВКР – выпускная квалификационная работа

ДП – дипломный проект

ИА – итоговая аттестация

ЭК – экзаменационная комиссия

2. ТРЕБОВАНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА СПО

2.1. Специальность среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама

2.2. Наименование квалификации и уровень подготовки

Специалист по рекламе

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

2 года 10 месяцев – на базе среднего общего образования, очная форма обучения;

3 года 10 месяцев – на базе основного общего образования, очная форма обучения;

3 года 9 месяцев – на базе среднего общего образования, заочная форма обучения;

4 года 9 месяцев – на базе основного общего образования, заочная форма обучения.

2.4. Итоговые образовательные результаты по программе подготовки специалистов среднего звена

Специалист по рекламе должен обладать **общими компетенциями**:

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.

а также должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими основным видам деятельности:

Вид деятельности ПМ.01 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.
Вид деятельности ПМ.02 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.
Вид деятельности ПМ.03 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.
Вид деятельности ПМ.04 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.
Вид деятельности ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг
ПК 5.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком
ПК 5.4.	Опираясь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
ПК 5.5.	Вести переговоры с заказчиком
ПК 5.6.	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта

3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

3.1. Форма итоговой аттестации

Форма ИА в соответствии с ФГОС СПО	Защита выпускной квалификационной работы
Вид ВКР	Дипломный проект

3.2. Объем времени, этапы и условия проведения итоговой аттестации

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

Этапы подготовки и проведения ИА	Объем времени	Сроки проведения
Подготовка к защите ДП	144 часов	18.05.2025 – 14.06.2025
Защита ДП	72 часа	15.06.2025 – 28.06.2025

3.3. Кадровое обеспечение подготовки и проведения итоговой аттестации

Для подготовки дипломного проекта студенту назначается руководитель и, при необходимости, консультант.

Закрепление за студентами тем дипломных проектов, назначение руководителей и консультантов осуществляется приказом МФЮИ.

Руководитель дипломного проекта назначается из числа профессорско-преподавательского состава Института.

3.4. Документационное обеспечение подготовки и проведения итоговой аттестации

№ п/п	Наименование документа
1.	Положение о порядке проведения итоговой аттестации по не имеющим государственной аккредитации образовательным программам среднего профессионального образования в Автономной некоммерческой организации профессионального образования «Московский областной финансово-юридический институт МФЮИ»
2.	Программа итоговой аттестации выпускников по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама
3.	Методические указания по выполнению и защите дипломного проекта для студентов образовательной организации
4.	Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный Приказом Минобрнауки России № 510 от 12.05.2014 г.
5.	Распорядительный акт МФЮИ о составе экзаменационной комиссии, апелляционной комиссии.
6.	Распорядительный акт МФЮИ о допуске обучающихся к итоговой аттестации.
7.	Документы, подтверждающие освоение обучающимися компетенций при изучении теоретического материала и прохождения практики по каждому из видов профессиональной деятельности (зачетные книжки, сводные ведомости и т.п.).
8.	Протоколы заседаний экзаменационной комиссии.

3.5. Условия допуска к итоговой аттестации

К ИА допускаются выпускники, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие учебный план или индивидуальный учебный план.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ДИПЛОМНОМУ ПРОЕКТУ

4.1. Требования к тематике дипломного проекта

Примерная тематика дипломных проектов разрабатываются преподавателями МФЮИ совместно со специалистами предприятий и организаций. Темы ДП должны отвечать современным требованиям развития науки, техники, производства, экономики.

Обучающемуся предоставляется право:

- выбора темы дипломного проекта из предложенных в Программе итоговой аттестации,
- предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения.

Тематика дипломного проекта должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования.

Закрепление за обучающимися тем дипломных проектов осуществляется приказом по МФЮИ.

4.2. Требования к структуре, объему и оформлению дипломного проекта

Требования к структуре, объему и оформлению дипломного проекта представлены в Методических рекомендациях по выполнению и защите дипломного проекта для обучающихся.

4.3. Требования к подготовке и процедуре защиты дипломного проекта

Подготовка и защита ДП проводится в несколько этапов, распределенных во времени:

- 1) подготовка ДП;
- 2) защита ДП.

№ п/п	Этапы защиты	Содержание
1.	Доклад обучающегося по теме дипломного проекта (7 – 10 минут)	Представление обучающимся результатов своей работы: обоснование актуальности избранной темы, описание научной проблемы и формулировка цели

		работы, основное содержание работы.
2.	Ответы обучающегося на вопросы	Ответы обучающегося на вопросы членов ЭК, как непосредственно связанные с рассматриваемыми вопросами работы, так и имеющие отношение к обозначенному проблемному полю исследования.
3	Принятие решения ЭК по результатам защиты дипломного проекта	Решения ЭК об оценке дипломного проекта принимаются на закрытом заседании открытым голосованием простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.
4	Документальное оформление результатов защиты дипломного проекта	Фиксирование решений ЭК в следующих видах протокола: 1. Протокол заседания ЭК о результатах защиты дипломных проектов. 2. Решение о присвоении квалификации Специалист по рекламе и выдаче дипломов о среднем профессиональном образовании. 3. Протокол об утверждении Решения о присвоении квалификации Специалист по рекламе и выдаче дипломов о среднем профессиональном образовании.

5. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИЕЙ

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

Решение экзаменационной комиссии оформляется протоколами установленного Учреждением образца, в которых фиксируются:

- оценка дипломного проекта каждого выпускника;
- вопросы и особые мнения членов комиссии по защите дипломного проекта каждого выпускника;
- присвоение квалификации каждому выпускнику;
- решение о выдаче документа об уровне образования каждому выпускнику.

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

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

Выпускнику, получившему оценку *«неудовлетворительно»* при защите дипломного проекта, выдается академическая справка установленного образца. Академическая справка обменивается на диплом в соответствии с решением экзаменационной комиссии после успешной повторной защиты студентом дипломного проекта.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА

«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, выводы отражают степень достижения цели, работа оформлена в соответствии с «Методическими рекомендациями по выполнению и защите дипломного проекта для обучающихся», имеется положительный отзыв руководителя дипломного проекта. При публичном выступлении на защите студент демонстрирует свободное владение материалом работы, чётко и грамотно отвечает на вопросы членов 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 шестнадцати), собственное практическое исследование соответствует индивидуальному заданию, выводы отражают степень достижения цели, в оформлении работы допущены отступления от «Методическими рекомендациями по выполнению и защите дипломного проекта для обучающихся», имеется положительный отзыв руководителя дипломного проекта. При публичном выступлении на защите студент демонстрирует свободное владение материалом работы, испытывает затруднения при ответах на вопросы членов экзаменационной комиссии, мультимедийная презентация полностью соответствует содержанию доклада.

«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» – работа исследовательского (практического) характера: работа соответствует заявленной теме, актуальность те-

мы 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, выводы не полностью соответствуют цели, в оформлении работы допущены отступления от «Методическими рекомендациями по выполнению и защите дипломного проекта для обучающихся», имеются замечания со стороны руководителя дипломного проекта. При публичном выступлении на защите студент непоследовательно излагает работу, затрудняется при ответах на вопросы членов 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, выводы не соответствуют цели, работа оформлена без учёта требований, изложенных в «Методическими рекомендациями по выполнению и защите дипломного проекта для обучающихся», имеются замечания со стороны руководителя дипломного проекта. При публичном выступлении на защите студент неконкретно и непоследовательно излагает работу, неправильно отвечает на вопросы членов экзаменационной комиссии, мультимедийная презентация не отражает содержания доклада.

7. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ИА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

7.1. Общие требования к проведению ИА для лиц с ОВЗ

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья итоговая аттестация проводится образовательной организацией с учётом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников.

При проведении итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с выпускниками, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для выпускников при прохождении итоговой аттестации;
- присутствие в аудитории ассистента, оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с членами экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при прохождении итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа выпускников в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

7.2. Дополнительные требования к проведению ИА для лиц с ОВЗ

Дополнительно при проведении итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих требований в зависимости от категорий выпускников с ограниченными возможностями здоровья:

- а) для слепых:
 - задания для выполнения, а также инструкция о порядке итоговой аттестации оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, или зачитываются ассистентом;
 - письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, или надиктовываются ассистенту;
 - выпускникам для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;
- б) для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- выпускникам для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения аттестации оформляются увеличенным шрифтом;
- в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - по их желанию итоговый экзамен может проводиться в письменной форме;
- г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
 - по их желанию итоговый экзамен может проводиться в устной форме.

Выпускники или родители (законные представители) несовершеннолетних выпускников не позднее чем за 3 месяца до начала итоговой аттестации подают письменное заявление о необходимости создания для них специальных условий при проведении итоговой аттестации.

8. ТЕМАТИКА ДИПЛОМНЫХ ПРОЕКТОВ

№	Тема дипломной работы	Наименование профессиональных модулей, отражаемых в работе
1	Разработка рекламной кампании магазина одежды (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
2	Разработка рекламной кампании анимационной студии.	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
3	Разработка рекламной кампании пиццерии (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
4	Разработка и выполнение в материале календаря (на примере конкретной организации)	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
5	Разработка брендбука (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
6	Разработка рекламной кампании туристической фирмы (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции.

		ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
7	Разработка рекламно-сувенирной продукции (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
8	Разработка рекламной кампании агентства по подбору домашнего персонала	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
9	Разработка рекламной кампании ателье	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
10	Графические знаки и символы в дизайне рекламы (на примере различных торговых марок).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
11	Роль типографики в современном дизайне рекламы.	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
12	Роль портретной фотографии в рекламе.	ПМ.02 Производство рекламной продукции
13	Рекламная фотосъемка интерьера.	ПМ.02 Производство рекламной продукции
14	Проектная разработка креативной концепции бренда (на примере гостиничного комплекса, музыкального проекта и т.д.).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
15	Формирование визуальных образов в рекламе предприятия/бренда/торговой марки	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции.
16	Проект концепции решения рекламы цирка	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство реклам-

		ной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
17	Социальная реклама и ее роль в формировании морально-этических ценностей общества	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
18	Визуальная концепция и рекламное продвижение музыкального фестиваля.	ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
19	Особенности создания системы визуальной идентификации потребительского бренда (на примере различных брендов).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
20	Методы продвижения кампании в публичном мероприятии (на примере выставок, конференций, фестивалей и т.д.).	ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
21	Фотография как средство для изготовления рекламы.	ПМ.02 Производство рекламной продукции
22	Особенности создания серии рекламной печатной продукции (на примере серии периодических изданий).	ПМ.02 Производство рекламной продукции
23	Использование пиар - технологий в продвижении товаров и услуг.	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
24	Сайт как способ позиционирования кампании.	ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
25	Роль и функции упаковки при формировании и продвижении товарного бренда (на примере различных торговых марок).	ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
26	Роль пейзажной фотографии в рекламе.	ПМ.02 Производство рекламной продукции
27	Рекламная фотосъемка интерьера.	ПМ.02 Производство рекламной продукции
28	Дизайн рекламы и роль современных компьютерных программ в раз-	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

	работке рекламных продуктов.	
29	Приемы построения композиций в рекламной фотографии.	ПМ.02 Производство рекламной продукции
30	Разработка рекламных буклетов (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
31	Создание рекламного видеофильма	ПМ.02. Производство рекламной продукции.
32	Разработка рекламной кампании образовательного учреждения	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции.
33	Разработка и выполнения в материале информационного стенда компании (на примере конкретной организации)	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
34	Визуальная концепция и рекламное продвижение музыкального фестиваля.	ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
35	Мода через призму фотоаппарата.	ПМ.02 Производство рекламной продукции
36	Особенности создания системы визуальной идентификации потребительского бренда (на примере различных брендов).	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
37	Технология выведения на рынок торговой марки	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
38	Панорамы для рекламы и особенности их фотосъемки.	ПМ.02 Производство рекламной продукции
39	Особенности создания серии рекламной печатной продукции (на примере серии периодических изданий).	ПМ.02 Производство рекламной продукции
40	Разработка креативной стратегии для визуализации рекламной кам-	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

	пании (на примере конкретной организации).	ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
41	Разработка фоторекламы для проведения профориентационной работы в колледже по	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции.
42	Разработка стратегии рекламной деятельности предприятия с использованием новых медиа (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
43	Разработка рекламной кампании и продвижения бренда через социальные сети (на примере конкретной организации).	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции. ПМ.02. Производство рекламной продукции. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
44	Рекламная фотография, как способ коммуникации с целевой аудиторией предприятия/торговой марки/бренда	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

Календарный план проведения ГИА

№ п/п	Наименование этапов	Срок выполнения ДР
1.	Ознакомление с программой ИА	За 6 месяцев до начала ГИА
2.	Закрепление за выпускниками тем ДП, руководителей. Оформление приказа.	За 6 месяцев до начала ГИА
3.	Выдача студентам индивидуальных заданий и составление графиков выполнения разделов ДП	За 2 недели до производственной практики (преддипломной)
4.	Ознакомление обучающихся и ЭК с расписанием ИА	до 17.04.2027
5.	Подбор, изучение и анализ литературы	Период прохождения производственной практики (преддипломной) – с 20.04.2027 по 17.05.2027
	Сбор и обобщение практического материала	
	Проведение, собственных исследований и анализ полученных результатов	
	Разработка рекомендаций по результатам исследований	
6.	Работа над разделами	с 18.05.2027 по 14.06.2027
	Написание и оформление работы	
	Консультация у руководителя ДП	
	Доработка в соответствии с замечаниями руководителя ДП	
7.	Приказ о допуске к ИА	17.05.2027
8.	Отзыв руководителя ДП, проверка ДП на оригинальность	1 неделя до защиты ДР
9.	Решение о допуске ДП к защите	до 11.06.2027
10.	Представление и регистрация готовой ДП на кафедру	09.06.2027 – 11.06.2027
11.	Защита ДП	15.06.2027 – 28.06.2027 в соответствии с расписанием