

**Государственное профессиональное образовательное учреждение
Ярославской области
Ярославский градостроительный колледж**

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

**по специальности
42.02.01 Реклама**

Введено в действие с — 21.12.2022

Номер экземпляра: _____

Место хранения: _____

Ярославль, 2022 г.

Лист утверждения и согласования

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

_____ М.Л Зуева

«21» декабря 2022 г.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**
по специальности/профессии
42.02.01 Реклама

код и наименование

СОГЛАСОВАНО:

Педагогическим советом колледжа

название органа, подразделения и т.д.

« 21 » декабря 2022 г.

Протокол № 6

Секретарь педагогического совета

должность

подпись

Ковалева С.В.

Фамилия И.О.

Председатель ГЭК

должность

директор маркетингового агентства «Белая ворона»

19.12.2022

подпись

дата

Юрьева М. В.

Фамилия И.О.

Заместитель директора по УВР

должность

19.12.2022

подпись

дата

Кулезнева И.Н.

Фамилия И.О.

кафедра РЕК

Руководитель кафедры

« 07 » декабря 2022 г.

Протокол № 5

подпись

Пономаренко В.С.

Фамилия И.О.

Реестр рассылки

№ учетного экземпляра	Подразделение	Количество копий
1.	Зам. директора по УВР	1
2.	кафедра	1
Размещено	Сайт колледжа / сведения об образовательной организации / Образование	

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общие положения.....	4
1.1.	Результаты освоения ОПОП	4
1.2.	Форма государственной итоговой аттестации	6
2.	Процедура проведения ГИА	7
2.1.	Порядок защиты дипломного проекта	7
3.	Требования к ВКР и методика их оценивания	8
3.1.	Требования к дипломным проектам.....	8
	Для обеспечения единства требований к выпускной квалификационной работе студентов устанавливаются общие требования к структуре и объему дипломного проекта.	8
4.	Порядок проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	14
5.	Порядок апелляции и пересдачи ГИА	14
	Приложение 1. Примерные темы дипломных проектов для специальности 42.02.01 Реклама	15

1. Общие положения

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от от 12 мая 2014 г. N 510.

Настоящая Программа определяет совокупность требований к государственной итоговой аттестации по специальности 42.02.01 Реклама, в части освоения профессиональных видов деятельности:

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
2. Производство рекламной продукции.
3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
5. Выполнение работ по профессии рабочих, должности служащих «Агент рекламный».

Нормативно – правовая основа организации и проведения государственной итоговой аттестации (далее ГИА), цели и задачи ГИА содержатся в Положении о проведении государственной итоговой аттестации в ГПОУ ЯО Ярославском градостроительном колледже.

1.1. Результаты освоения ОПОП

ГИА позволяет оценить подготовку выпускников в трех направлениях: оценка уровня освоения дисциплин и компетенций, готовности к выполнению основных видов деятельности согласно получаемой квалификации специалиста среднего звена, освоению одной или нескольких профессий рабочих, должностей служащих.

При прохождении процедуры ГИА обучающиеся должны подтвердить освоение общих и профессиональных компетенций, достижения личностных результатов:

1.1.1. Перечень общих компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование общих компетенций</i>
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 09	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.

1.1.2. Перечень личностных результатов

Код	Наименование личностных результатов
ЛР 1	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа»
ЛР 5	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 8	Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 10	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры
ЛР 12	Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания
ЛР 13	Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности
ЛР 14	Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
ЛР 15	Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем

ЛР 16	Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности
ЛР 17	Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии
ЛР 18	Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 19	Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости
ЛР 20	Мотивированный к освоению функционально близких видов профессиональной деятельности, имеющих общие объекты (условия, цели) труда, либо иные схожие характеристики
ЛР 21	Проявляющий способность самостоятельно приобретать новые знания и умения по специальности, способность к своему постоянному профессиональному росту и повышению квалификации;
ЛР 22	Проявляющий готовность к сотрудничеству для решения общих задач и эффективной работе в группе
ЛР 23	Проявляющий понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии

1.1.3. Перечень профессиональных компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование профессиональных компетенций</i>
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.
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.
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения 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.
ПК 5.1.	Организовывать деятельность по работе с заказчиком.
ПК 5.2.	Размещать и сопровождать заказ.

1.2. Форма государственной итоговой аттестации

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее ФГОС СПО) государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы и включает:

- дипломный проект.

Объем времени на государственную итоговую аттестацию установлен ФГОС СПО – 6 недель, в том числе: 4 недели отведены на подготовку дипломного проекта и 2 недели на защиту дипломного проекта.

Сроки проведения государственной итоговой аттестации определены учебным планом и календарным учебным графиком по специальности.

2. Процедура проведения ГИА

2.1. Порядок защиты дипломного проекта

2.1.1. На подготовку и проведение ГИА по специальности 42.02.01 Реклама в календарном учебном графике установлены следующие сроки:

- подготовка выпускной квалификационной работы – 4 недели (с 18.05 – по 14.06);
- защита выпускной квалификационной работы – 2 недели (с 15.06 – по 28.06).

2.1.2. Тематика дипломных работ определяется преподавателями профессионального цикла с учетом требований работодателей, согласуется на заседании кафедры. Тематика выпускной квалификационной работы соответствует содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

2.1.3. Обучающемуся предоставляется право выбора темы дипломного проекта, в том числе предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. Закрепление за обучающимися тем дипломных проектов, назначение руководителей и рецензентов осуществляется по представлению руководителя кафедры, согласовывается с заместителем директора по учебно-воспитательной работе и утверждаются приказом директора колледжа не позднее, чем за два месяца до защиты ВКР. Примерная тематика дипломных проектов приведена в Приложении 1.

2.1.4. Состав ГЭК утверждается приказом директора по колледжу. Численность ГЭК не менее 4 человек.

Состав ГЭК:

- **председатель** – ведущий специалист - представитель работодателя по профилю подготовки выпускников; руководитель или заместитель руководителя организации, осуществляющей образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющий ученую степень и (или) ученое звание или высшую квалификационную категорию;
- **заместитель председателя** – директор, заместитель директора колледжа или педагогические работники, имеющие высшую квалификационную категорию;
- **члены комиссии** – руководитель кафедры, преподаватели, имеющие высшую или первую квалификационную категорию;
- **секретарь** – назначается из числа членов комиссии.

2.1.5. Основные функции ГЭК:

- определение соответствия результатов освоения студентами основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования;
- решение вопроса о присвоении квалификации по результатам ГИА и выдаче выпускнику соответствующего диплома о среднем профессиональном образовании, решение оформляется протоколом;
- вносить предложения по дальнейшему совершенствованию подготовки выпускников.

2.1.6. Председатель ГЭК:

- участвует в обсуждении положения и программы ГИА;
- организует и контролирует деятельность ГЭК;
- обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам.

2.1.7. Решение ГЭК принимается на закрытом заседании большинством голосов членов комиссии при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя (при равном числе голосов голос председательствующего на заседании ГЭК является решающим).

2.1.8. Заседания ГЭК протоколируются. Протокол подписывается председателем и секретарём комиссии. Книга протоколов должна быть прошнурована, пронумерована и скреплена печатью. Книга протоколов хранится в архиве.

2.1.9. По результатам работы в недельный срок председатель ГЭК составляет отчёт установленной формы, который обсуждается на заседании кафедры, педагогическом совете и представляется учредителю.

3. Требования к ВКР и методика их оценивания

3.1. Требования к дипломным проектам

Для обеспечения единства требований к выпускной квалификационной работе студентов устанавливаются общие требования к структуре и объему дипломного проекта.

3.1.1. В состав дипломного проекта входит пояснительная записка и иллюстративно-графическая часть.

3.1.2. Объем пояснительной записки – не менее 70 страниц рукописного или 40 страниц печатного текста. Пояснительная записка должна быть переплетена и подписана дипломником с указанием даты окончания работы над проектом.

В пояснительной записке к дипломному проекту должна быть четко выдержана структура.

Титульный лист является первой страницей, оформляется на типовом бланке.

Задание на дипломный проект является второй страницей и оформляется на бланке установленной формы с указанием даты выдачи задания, сроков выполнения и даты сдачи законченной работы.

Заключение руководителя оформляется на типовом бланке.

Рецензия (при наличии) оформляется на типовом бланке.

Содержание ДП включает названия глав и параграфов с указанием страниц, с которых они начинаются. Пункты содержания соответствуют заголовкам глав и параграфов в тексте работы, представление их в тексте в другой редакции не допускается.

Во **введении** обосновывается выбор темы, показывается ее актуальность и практическая значимость, определяется цель работы, обозначается объект рекламирования, целевая аудитория, основные экономические требования, формулируются задачи.

Определяются теоретические и практические основы дипломного проекта. Указываются используемые методы анализа, основные группы информационных источников, а также в чем выразилось участие автора (сборе данных, обработке информации, предложения информационных технологий, оценке результатов рекламной компании).

Во введении могут быть освещены следующие моменты: значение работы для города, региона, страны; связь с международной рекламной деятельностью.

Основная часть содержит несколько глав, каждая из которых может делиться на необходимое количество разделов.

Содержание глав основной части должно точно соответствовать теме дипломного проекта и полностью его раскрывать. Главы целесообразно завершать краткими выводами. Названия глав и параграфов должны быть лаконичными, состоящими из ключевых слов, несущих необходимую смысловую нагрузку.

Глава 1. **Характеристика рекламируемого объекта.** Описание объекта рекламирования, его функциональное назначение, определяется месторасположение объекта, целевая и возможная нецелевая аудитория, экономические факторы и т.п. В ней дается характеристика объекта, на материалах которой выполнен дипломный проект. Глава служит теоретическим обоснованием будущих предложений студента, дает возможность определить методику проведения анализа изучаемой проблемы в конкретных условиях объекта исследования.

Глава 2. **Анализ аналогов и прототипов рекламируемого объекта и рекламоносителей.**

В данной главе проводится анализ рекламы существующих аналогов и прототипов по выбранной теме, указываются положительные и отрицательные моменты аналогов с точки зрения оформления дизайна и ее применения.

Рассматриваются аналоги и прототипы с точки зрения принципов формальной композиции, обоснованности применения конкретных технологий и материалов, экономической целесообразности и эффективности применения данного аналога в качестве прототипа.

Рассматриваются работы отечественных и зарубежных авторов, анализируемых в дипломном проекте проблем и возможных направлений их решения, дается их оценка, обосновываются собственные позиции студента.

Студент не ограничивается констатацией фактов, а выявляет тенденции развития объекта, вскрывает недостатки и анализирует причины, их обусловившие, намечает пути их возможного устранения.

Проведенный в данной главе анализ исследуемой проблемы является базой для разработки конкретных предложений в третьей главе с учетом прогрессивного отечественного и зарубежного опыта.

От полноты и качества выполнения анализа непосредственно зависит обоснованность предлагаемых студентом мероприятий.

Глава 3. Рекламная концепция.

В данной главе раскрываются цели и задачи рекламы объекта, выбираются и обосновываются методы и средства рекламы, сформулированные в виде краткого задания - брифа. Разрабатываются мероприятия по достижению поставленных целей, формулируется программный документ – творческая платформа.

Разрабатываются элементы графического дизайна (реклама) и т.п.; описывается выбор рекламных средств, разрабатываются мероприятия по достижению поставленных целей.

Глава 4. Рекламный проект.

Глава является практической. В данной главе разрабатываются предложения по проблемам совершенствования рекламы объекта в конкретном направлении, по улучшению способов рекламирования. Предложения и рекомендации должны носить конкретный характер, позволяющий осуществить их практическое применение. Необходимо соблюдать логическую связь между главами и последовательное развитие основной идеи на протяжении всей работы. Объем основной части, как правило, составляет 20 страниц компьютерного текста. Не должно быть диспропорции между объемами разделов.

Раздел 4.1. Фирменный стиль рекламируемого объекта. Создание фирменного стиля объекта: логотипа и товарного знака, представление фирменного блока в различных материалах и технологиях с использованием фирменных цветов, шрифтов; слогана, корпоративного героя, постоянного коммуниканта и необходимых маркетинговых коммуникаций в местах продаж, включающих внешние и внутренние средства и т.п., обосновываются принятые дизайнерские решения. Макеты представляются в черно-белом и цветном вариантах. Создается **руководство по использованию фирменного стиля.**

Раздел 4.2. Реклама объекта с использованием полиграфических средств. Разрабатываются фирменные бланки, визитки, бейджи, буклеты, календари, этикетки, упаковки, постеры, стикеры, конверты, рекламные объявления и др.. Указывается тип бумаги, способ печати, тираж, способ распространения продукции. Обосновывается выбор.

Раздел 4.3. Реклама объекта в сувенирной продукции. Создается макет с размещением рекламы объекта на авторучках, настольных письменных приборах, VIP сувенирах, брелоках, зажигалках, блокнотах, футболках, кепках и т.п.. Указывается материал сувенира, способ печати, тираж, способ распространения продукции. Обосновывается выбор.

Раздел 4.4. Реклама объекта в интерьере. Выполняется привязка рекламы в интерьере стендов, вывесок, указателей, презентационных столов, джумби, диспенсеров в соответствии с существующими законами и положениями о рекламе, дается описание технологии и применяемых материалов.

Раздел 4.5. Реклама объекта в экстерьере. Выполняется привязка рекламы к наружным объектам: магистральные щиты, растяжки, указатели, вывески, крышные установки в соответствии с существующими законами и положениями о рекламе, дается описание технологии и применяемых материалов.

Раздел 4.6. Экспозиционная реклама. Создается объемно - пространственное решение экспозиции выставки, чертежи нестандартного оборудования, описание технологии и материалов, дизайн – сценарий и его визуализация. Разрабатывается презентация объекта рекламирования и его услуг. Осуществляется проектирование полиграфии для экспозиции. Производится обоснование светового и цветового решения.

Раздел 4.7. Реклама объекта в Интернете. Выбираются виды рекламы в Интернете: контекстная, баннерная, реклама в блогах, социальных сетях, почтовая рассылка, сайт, мобильное приложение и др. В соответствии с выбором создается баннер; дизайн Web-сайта рекламируемого объекта; дизайн мобильного приложения; описываются методы и способы рекламы в интернет в соответствии с существующими законами и положениями о рекламе, дается описание технологии и применяемых приемов.

Раздел 4.8. Другие способы рекламирования.

Глава 5. Оценка эффективности дипломного проекта. Дается полное представление об эффективности предлагаемых дизайнерских решений, рассчитывается примерная стоимость всех предлагаемых средств рекламы, оценивается эффективность в психологическом аспекте от действия всего комплекса разработанных рекламных мероприятий.

В **заключении** дается полное представление о содержании, практической значимости, обоснованности и эффективности предлагаемых решений, отражаются основные новации, а также приводится оценка ожидаемого эффекта от всего комплекса разработанных рекламных мероприятий.

В **заключении** могут быть освещены следующие моменты:

- практическое значение и практическая реализация дипломного проекта;
- рекомендации по внедрению в практику;
- новизна предложенной разработки;
- кто помогал при подготовке данной работы, в чем эта помощь заключалась слова благодарности в адрес помощников.

В **заключении** кратко и логически последовательно излагаются теоретические и практические выводы и предложения, они должны вытекать из содержания работы и носить обобщающий характер. Из текста заключения должно быть ясно, что цель и задачи дипломного проекта полностью выполнены. Последовательность изложения выводов должна соответствовать порядку представления материалов в тексте работы. Заключение представляет собой связный, четкий, компактный текст. Заключение завершается оценкой перспектив исследуемой проблемы в целом.

Объем заключения занимает 2 – 3 страницы.

Материалы дипломного проекта должны излагаться четко, ясно, последовательно, соблюдая логичность перехода от одной главы к другой и от одного параграфа к другому. Законченную мысль в тексте необходимо выделять в самостоятельный абзац, применяя для этого «красную строку».

Следует использовать принятую научную терминологию, избегать повторений общеизвестных положений, имеющих в учебниках и учебных пособиях. Уточнять необходимо только понятия малоизвестные или противоречивые, делая ссылку на авторов, высказывающих разные мнения по одному и тому же вопросу.

Особое внимание должно быть уделено языку и стилю написания пояснительной записки, свидетельствующей об общем уровне подготовки будущего специалиста, его профессиональной культуре.

Стиль написания – безличный монолог, т.е. изложение, ведется от второго лица, множественного числа. Не употребляется форма первого и второго лица местоимений единственного числа.

Во всем дипломном проекте должно быть достигнуто единообразие терминов, обозначений и условных сокращений.

Список литературы (библиографический список) содержит не менее 10 наименований литературных источников и интернет-ресурсов, оформляется в соответствии с принятым стандартом (ГОСТ 7.1-2003).

В список включаются только те источники, которые использовались при подготовке дипломного проекта и на которые имеются ссылки в основной части работы.

Приложение содержит вспомогательный материал, не включенный в основную часть пояснительной записки (схемы, заполненные формы отчетности, инструкции, распечатки,

фрагменты нормативных документов, чертежи, аналоги рекламы и т.д.). Указанный материал включается в приложение с целью сокращения объема основной части, страницы его не входят в подсчет общего объема работы.

Конкретный состав приложений, их объем, включая иллюстрационный материал, определяются по согласованию с руководителем дипломного проекта. Объем приложений не ограничивается и не учитывается при определении общего объема работы.

Связь приложений с текстом осуществляется с помощью ссылок со словами «смотри», которое сокращается и заключается в круглые скобки, например: (см. Приложение №).

3.1.3. Иллюстративно - графическая часть проекта может включать в себя компоненты выполненные в различных техниках и формах подачи:

- от руки (эскиз, раскадровка, перспективная зарисовка, отмывка, и др.);
- с помощью технических средств (ПК, фотоаппарат, видеокамера).

Объем и формы подачи иллюстративно- графической части:

- плакат не менее 150x110 см, представляющий единую композицию,
- руководство по использованию фирменного стиля.

Материалы могут быть представлены в виде:

- рекламы объекта с использованием полиграфических средств в реальном размере на Flash-накопителях;
- Сайта, мобильного приложения на Flash-накопителях;
- компьютерной анимации на Flash-накопителях не менее 15 секунд;
- рекламного видеоролика на Flash-накопителях не менее 15 секунд;
- видеофильма на Flash-накопителях 7 – 10 минут;
- и других видах в зависимости от темы дипломного проекта.

В состав дипломного проекта могут входить изделия, изготовленные студентом в соответствии с заданием.

3.1.4. Пояснительная записка дипломного проекта должна быть выполнена рукописным или машинописным способом с помощью компьютера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210*297 мм), междустрочный интервал – 1,5 строки. Шрифт – 14. Размер полей составляет: левое – 30 мм; правое – 20 мм; верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Вписывать в текст отдельные слова, условные знаки допускается только черного цвета, причем плотность вписанного текста должна соответствовать плотности основного текста. Опечатки или графические неточности допускается исправлять путем применения специальных корректирующих средств с последующим внесением исправлений черным цветом. На странице не должно быть более пяти исправлений.

Необходимые сноски и подстрочные примечания помещаются в нижней части соответствующей страницы и заканчиваются до границы нижнего поля.

Номера страниц проставляются в правом верхнем углу листа, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Точка в номере страницы не ставится. Титульный лист и задание на дипломное проектирование включаются в общую нумерацию страниц, но номер страницы на них не проставляется. Нумерация начинается с 3-ей страницы – «Содержание».

Каждая новая глава и другие структурные элементы работы – введение, заключение, список литературы, приложения, кроме параграфов, входящих в состав глав, начинаются с новой страницы. Фразы, начинающиеся с «красной строки», выделяют абзацным отступом, равным 15 мм.

Расстояние между заголовком главы и последующим текстом должно быть равно трем межстрочным интервалам (т.е. следует пропустить одну строку).

3.1.5. К ГИА допускаются студенты, не имеющие академических задолженностей и в полном объеме выполнившие учебный план по осваиваемой образовательной программе СПО.

3.1.6. Защита дипломных проектов проводится на открытом заседании ГЭК.

3.1.7. На защиту выпускной квалификационной работы отводится до 1 академического часа. Процедура защиты устанавливается председателем ГЭК по согласованию с членами комиссии и, как правило, включает доклад студента (10-15 минут), чтение заключения и рецензии, вопросы

членов комиссии, ответы студента. Может быть предусмотрено выступление руководителя выпускной квалификационной работы, а также рецензента.

3.1.8. При определении окончательной оценки по защите выпускной квалификационной работы учитываются:

- доклад выпускника;
- ответы на вопросы;
- оценка рецензента;
- заключение руководителя.

3.1.9. Заседания ГЭК протоколируются. В протоколе записываются: итоговая оценка выпускной квалификационной работы, присуждение квалификации и особые мнения членов комиссии. Протоколы заседаний ГЭК подписываются председателем (в случае отсутствия председателя – его заместителем) и секретарём ГЭК и хранятся в архиве.

3.1.10. Решение ГЭК о присвоении квалификации выпускникам объявляется приказом директора колледжа.

3.1.11. Студентам во время проведения ГИА запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Для определения качества выполнения и защиты дипломного проекта предлагаются следующие основные показатели ее оценки:

- соответствие содержания проекта закрепленной теме;
- актуальность проекта, самостоятельность выполнения, творческий характер, новизна проекта;
- проведение обстоятельного анализа аналогов и прототипов по теме, изучение теоретических основ проблемы, применение различных подходов к ее решению;
- применение знаний нормативной базы, учет последних изменений в законодательстве и нормативных документах по Рекламе;
- оформление пояснительной записки в соответствии с требованиями, имеются ссылки на литературу;
- разработка рекламных материалов в полном объеме, с учетом законов композиции, цветоведения, правил верстки текстов, отсутствие грамматических и стилистических ошибок и опечаток;
- соответствие чертежей ГОСТу;
- компоновка иллюстративно-графической части в соответствии с законами композиции;
- обоснование выбора средств рекламирования;
- описание материалов, технологий изготовления рекламы, тиража, стоимости и методов рекламирования;
- наличие оценки эффективности рекламной кампании;
- иллюстрация достижений автора и подкрепление выводов проекта в приложении к проекту;
- практическое применение проекта;
- соответствие содержания и формы проекта всем предъявленным требованиям
- представлены элементы рекламы, выполненные в материале.

Оценка качества дипломного проекта является комплексной. Государственная экзаменационная комиссия при оценке дипломного проекта обращает внимание на содержание и качество проведенного исследования (проектирования), оформление работы, содержательность ответов студентов на вопросы комиссии, оценку рецензента и отзыв руководителя.

Подготовка и защита дипломного проекта студентом позволяет оценить освоение общих и профессиональных компетенций, сформированности личностных результатов.

Оценка по результатам защиты дипломного проекта определяется баллами «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Таблица 1. Критерии оценки дипломных проектов.

Оценка	Критерии оценки
«ОТЛИЧНО»	<ul style="list-style-type: none"> - содержание проекта соответствует закрепленной теме; - проект актуален, выполнен самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной; - проведен обстоятельный анализ аналогов и прототипов по теме, изучены теоретические основы проблемы, различные подходы к ее решению; - показано знание нормативной базы, учтены последние изменения в законодательстве и нормативных документах по Рекламе; - пояснительная записка оформлена в соответствии с требованиями, имеются ссылки на литературу; - рекламные материалы разработаны в полном объеме, с учетом законов композиции, цветоведения, правил верстки текстов, не содержат грамматических и стилистических ошибок и опечаток; - чертежи соответствуют ГОСТу; - иллюстративно-графическая часть закомпонована в соответствии с законами композиции; - обоснован выбор средств рекламирования; - описаны материалы, технология изготовления рекламы, тираж, стоимость и методы рекламирования; - дана оценка эффективности рекламной кампании; - широко представлена библиография по теме проекта; - приложения к проекту иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы; - проект имеет практическое применение; - по своему содержанию и форме работа соответствует всем предъявленным требованиям - представлены элементы рекламы, выполненные в материале.
«ХОРОШО»	<ul style="list-style-type: none"> - содержание дипломного проекта в целом соответствует заданию; - работа актуальна, написана самостоятельно; - проведен анализ аналогов и прототипов по теме; - показано знание нормативной базы, законодательства и нормативных документов по Рекламе; - пояснительная записка оформлена в соответствии с требованиями; - рекламные материалы разработаны с учетом законов композиции, цветоведения, правил верстки текстов, не содержат грамматических и стилистических ошибок; - чертежи; - иллюстративно-графическая часть закомпонована в соответствии с законами композиции; - обоснован выбор средств рекламирования; - описаны материалы, технология изготовления рекламы, тираж, стоимость и методы рекламирования; - представлена библиография по теме проекта; - приложения к проекту иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы; - по своему содержанию и форме работа соответствует всем предъявленным требованиям.

<p>«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»</p>	<ul style="list-style-type: none"> - содержание проекта соответствует закреплённой теме; - проект в основном разработан, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью; - нарушена логика изложения материала, задачи решены не полностью; - проведен анализ аналогов и прототипов по теме; - показано знание законодательства по Рекламе; - пояснительная записка оформлена; - рекламные материалы разработаны; - иллюстративно-графическая часть закомпонована в соответствии с законами композиции; - обоснован выбор средств рекламирования; - описаны материалы, технология изготовления рекламы, тираж, стоимость и методы рекламирования; - представлена библиография по теме проекта; - приложения к проекту иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы; - по своему содержанию и форме работа соответствует всем предъявленным требованиям.
<p>«НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»</p>	<ul style="list-style-type: none"> - содержание проекта не соответствует закреплённой теме; - нарушена логика изложения материала, задачи решены менее чем на 50%; - дипломный проект носит компилятивный характер; - предложения автора четко не сформулированы.

4. Порядок проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Информация об оборудовании рабочих мест специальными приспособлениями, необходимости привлечения ассистентов или волонтеров для сопровождения студентов из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов на защите дипломного проекта, необходимости наличия специального графика выполнения задания и др. содержится в Положении о проведении государственной итоговой аттестации в ГПОУ ЯО Ярославском градостроительном колледже.

5. Порядок апелляции и пересдачи ГИА

Информация о порядке подачи апелляции и пересдачи ГИА: состав комиссии, уполномоченной рассматривать апелляции; основания для оформления апелляции и сроки ее оформления и порядок подачи; сроки рассмотрения и порядок оформления результатов проверки; условия допуска студента к пересдаче государственной итоговой аттестации; сроки и процедуры проведения пересдачи ГИА содержатся в Положении о проведении государственной итоговой аттестации в ГПОУ ЯО Ярославском градостроительном колледже.

47.	Проект концепции решения рекламы стоматологии
48.	Проект концепции решения рекламы строительной фирмы
49.	Проект концепции решения рекламы такси
50.	Проект концепции решения рекламы творческой студии
51.	Проект концепции решения рекламы товара
52.	Проект концепции решения рекламы торгово-развлекательного комплекса
53.	Проект концепции решения рекламы туристического агентства
54.	Проект концепции решения рекламы услуги
55.	Проект концепции решения рекламы учебного заведения
56.	Проект концепции решения рекламы фабрики
57.	Проект концепции решения рекламы фотостудии
58.	Проект концепции решения рекламы холдинга
59.	Проект концепции решения рекламы цирка
60.	Проект концепции решения рекламы школы
61.	Проект концепции решения рекламы юридической консультации
62.	Проект концепции решения рекламы ЯГК
63.	Проект концепции решения рекламы
64.	Рекламная кампания мероприятия
65.	Учебный фильм
66.	Электронное учебное пособие
67.	Социальная рекламная акция в ЯГК
68.	Социальная реклама в городской среде <ul style="list-style-type: none"> a. «За здоровый образ жизни» b. «Защита детей» c. «Охрана окружающей среды» d. других объектов в любой общественно – политической или социально – экономической области e. и пр
69.	Социальная реклама в средствах массовой информации <ul style="list-style-type: none"> f. «За здоровый образ жизни» g. «Защита детей» h. «Охрана окружающей среды» i. других объектов в любой общественно – политической или социально – экономической области