

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГАПОУ СО «Уральский государственный колледж имени И.И.Ползунова»

СОГЛАСОВАНО:

*Заместитель директора*  
*ОО ЦСБ*  
*Савин Дмитрий*  
*Иванович*  
«26» *сентября* 2020г



УТВЕРЖДЕНО

Директор ГАПОУ СО  
«Уральский государственный  
колледж имени И.И. Ползунова»  
А.Н.Козлов  
«25» *сентября* 2020г



## ПРОГРАММА

**государственной итоговой аттестации выпускников**

**специальности 42.02.01**

**«РЕКЛАМА»**

Екатеринбург 2020

## ПРОГРАММА

### государственной итоговой аттестации выпускников специальности

#### 42.02.01 «Реклама» базовой подготовки

#### на 2023 - 2024 учебный год

Данная программа составлена на основе «Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» в Уральском государственном колледже имени И.И.Ползунова» от 15 января 2016 года.

Вид итоговой государственной аттестации: защита дипломного проекта.

1. Объем времени на подготовку - 4 недели, на проведение итоговой аттестации - 2 недели.

2. Сроки проведения:

по очной форме обучения с **20.05.2024 по 30.06.2024:**

– подготовка выпускной квалификационной (дипломной) работы – 20.05.2024 - 16.06.2024;

– защита выпускной квалификационной (дипломной) работы – 17.06.2024 – 30.06.2024.

3. Примерная тематика дипломных проектов приведена в Приложении А

4. Условия подготовки:

В период подготовки дипломного проекта проводятся консультации руководителя в объеме 8 часов на каждого дипломника.

5. Процедура проведения:

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом обучения и показывает готовность выпускника решать теоретические и практические задачи по специальности. Необходимым условием допуска к защите дипломной работы является предоставление документов, подтверждающих освоение обучающимся общих и профессиональных компетенций при изучении теоретического материала и прохождении практики по каждому из основных видов профессиональной деятельности.

- время, отводимое на доклад - 5-7 минут;

- время, отводимое на ознакомление с отзывом руководителя и рецензией на дипломный проект - 5 минут;

- время, отводимое для ответов на вопросы комиссии - 7 минут;
- время, отводимое для ответов на вопросы и замечания рецензента - 5 минут.

6. наименование профессиональных модулей, в соответствии с которыми формируются направления и тематика дипломных проектов:

1. ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
2. ПМ.02 Производство рекламной продукции
3. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
4. ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

#### 7. Критерии оценок:

- уровень освоения студентом материала, предусмотренного учебными программами по дисциплинам, профессиональным модулям и практикам;

- соответствие уровня деятельности студента общими компетенциями по специальности;

- соответствие уровня деятельности студента профессиональными компетенциями по специальности;

- умение студента использовать теоретические знания при выполнении дипломного проекта;

- уровень актуальности и новизны темы дипломного проекта;

- практическая значимость дипломного проекта;

- обоснованность, четкость и культура изложения ответа;

- правильность и глубина ответов на вопросы членов комиссии ГИА.

## Приложение А

1. Разработка плана рекламной кампании
2. Выбор и разработка рекламной стратегии
3. Формирование корпоративного фирменного стиля
4. PR- деятельность как средство продвижения
5. Особенности продвижения бюджетных организаций, разработка и сопровождение
6. Разработка и создание дизайна рекламной продукции
7. Разработка рекламного образа фирмы
8. Использование визуальных средств при разработке макетов рекламных носителей
9. Художественное редактирование и конструирование упаковки
10. Технологии изготовления наружной и транзитной рекламы
11. Витрины и вывески как элемент торговой рекламы
12. Объемно – пространственные рекламные конструкции
13. Принципы изготовления и способы монтажа выставочного оборудования
14. Разработка макета нестандартного рекламного носителя
15. Разработка концепции и конструкции фирменного стиля.
16. Разработка и создание телевизионной рекламы.
17. Разработка визуальной стилистики рекламной кампании.
18. Рекламное проектирование персонального имиджа.
19. Проект рекламной кампании в Интернет-среде.
20. Место event-маркетинга в системе BTL кампании.
21. Разработка, планирование и реализация PR кампании.
22. Разработка рекламной стратегии перепозиционирования продукции или бренда на рынке.
23. Разработка предложений по визуальному представлению рекламы: афиша, витрина, вывеска.
24. Особенности и направления использования product placement в современном рекламном деле.
25. Разработка программы «Event-Marketing» (событийного маркетинга) как средства продвижения марки.
26. Планирование рекламной кампании на примере.
27. Имидж организации: формирование и продвижение.
28. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
29. Фирменный стиль как элемент системы корпоративной коммуникации.

30. Планирование и организация промо-мероприятия для продвижения торговой марки на рынке.
31. Формирование (совершенствование, управление) имиджа с помощью сувенирной рекламы.
32. Разработка (совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет.
33. Совершенствование (управление) социальных сетей при продвижении продукта.
34. Разработка профорientационной продукции.
35. Социальная реклама как инструмент воздействия на общественное мнение.
36. Невербальная информация в рекламе, как метод эффективного воздействия на потребителя.
37. Разработка рекламного продукта в фэшн-индустрии.
38. Разработка и технология газетной и журнальной рекламы
39. Создание «креативной» упаковки.
40. Разработка объемных букв в рекламе.

СОГЛАСОВАНО:

начальник учебного отдела

  
Ю.И. Хмелинина

25 октября 2023 г.

Заведующая кафедрой

"Реклама"

  
Е.Н. Погадаева

25 октября 2023 г.