

ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«БАШКИРСКИЙ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ (БЭК)

СОГЛАСОВАНО
заместитель директора
газеты «Коммерсантъ-Башкортостан»
ООО «ЗНАК»



А.Р. Чернова
2020г.

«26» октября

УТВЕРЖДАЮ
Директор БЭК



И. Э. Кузеев

«28» октября 2020г

СОГЛАСОВАНО
Директор ООО "РЕКЛАМА102.РУ"
Андреева С.Е.



"26" октября 2020г

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
ВЫПУСКНИКОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ
42.02.01 «РЕКЛАМА» (базовой подготовки)**

Уфа 2020

Программа государственной итоговой аттестации разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама».

Организация – разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Башкирский экономико-юридический колледж» (БЭК)

Разработчик: Зиновьева В.Д., преподаватель первой категории БЭК

Рассмотрено на заседании предметно-методической комиссии Дизайн и Рекламы
Протокол № 3 от «16» октября 2020г.

Одобрено методическим советом Протокол № 2 от «19» октября 2020г

Председатель ПМК



/ В.Д. Зиновьева /

Обсуждено на заседании педагогического совета с участием председателя государственной экзаменационной комиссии.

Протокол № 2 от «22» октября 2020г.

Содержание

Пояснительная записка.....	3
1. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена.....	5
2. Вопросы и критерии оценки государственного экзамена	7
3. Тематика и критерии оценки выпускной квалификационной работы	10
4. Процедура подготовки, допуска и проведения государственной итоговой аттестации	14
5. Порядок проведения государственной итоговой аттестации для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья	16
6. Порядок подачи и рассмотрения апелляций	18

Пояснительная записка

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с:

- Федеральным законом Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказом Минобрнауки России от 16 августа 2013 г. N 968 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказом Минобрнауки России от 14 июня 2013г. №464 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказом Минобрнауки России от 12 мая 2014 г. N 510 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения студентами образовательных программ среднего профессионального образования соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

Формой государственной итоговой аттестации выпускников специальности 42.02.01 Реклама являются: государственный экзамен и выпускная квалификационная работа, которая выполняется в виде дипломной работы. Программа государственной итоговой аттестации является частью ППСЗ специальности 42.02.01 Реклама.

В программе государственной итоговой аттестации определены:

- требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена;
- вопросы и критерии оценки государственного экзамена;
- тематика и критерии оценки выпускной квалификационной работы;
- процедура подготовки, допуска и проведения государственной итоговой аттестации.

Программа государственной итоговой аттестации ежегодно рассматривается и обновляется на заседании предметно-методических комиссий, обсуждается на педагогическом совете, с участием председателя государственной экзаменационной комиссии и утверждается директором.

Программа государственной итоговой аттестации, требования к государственному экзамену и дипломной работе, а также критерии оценки знаний, утвержденные образовательной организацией, доводятся до сведения обучающихся, не позднее чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

1. Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена

Программа государственной итоговой аттестации выпускников является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

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

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

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

2. Вопросы и критерии оценки государственного экзамена

Государственный экзамен направлен на оценку освоения уровня видов профессиональной деятельности, общих и профессиональных компетенций профессиональных модулей по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки). Государственный экзамен предусматривает выполнение заданий двух уровней: задания первого уровня формируются в виде тестового задания в соответствии с общими и профессиональными компетенциями по специальности 42.02.01 Реклама; задания второго уровня формируются в виде практико-ориентированных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности специальности по специальности 42.02.01 Реклама.

Теоретические вопросы государственного экзамена:

ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1. Информационно-графический комплекс и его направления
2. Виды печати
3. Виды печатной продукции, требования к ней
4. Композиционное решение рекламного буклета
5. Композиционное решение рекламного плаката
6. Композиционное решение наружной рекламы
7. Композиционное решение рекламного проспекта
8. Композиционное решение рекламного каталога
9. Композиционное решение сувенирной продукции
10. Композиционное решение упаковки товара
11. Подготовка оригинал-макетов рекламной продукции
12. Подготовка рекламной продукции к печати
13. Использование фотографии при создании рекламной продукции
14. Виды и качественные различия упаковки
15. Конструктивные решения упаковки
16. Особенности технологии разработки упаковки товара
17. Решение рекламы торгового предприятия
18. Особенности проектирования витрины магазина
19. Выносная наружная реклама магазина
20. Материалы наружной рекламы
21. Световая реклама
22. Реклама на остановках
23. Реклама на транспорте
24. Психология восприятия транспортной рекламы
25. Графическое решение транспортной рекламы
26. Шрифтовое решение транспортной рекламы
27. Композиционное решение транспортной рекламы
28. Колористическое решение транспортной рекламы

29. Особенности дизайн-проекта транспортной рекламы

- 30.Фирменный стиль, его элементы
- 31.Фирменный стиль, этапы его разработки
- 32.Фирменный стиль, требования к нему
- 33.Требования к телевизионной рекламе
- 34.Виды телевизионных роликов
- 35.Разработка литературного сценария
- 36.Раскадровка
- 37.Календарно-постановочный план
- 38.Смета телевизионной рекламы
- 39.Специфика радиорекламы
- 40.Виды аудиороликов
- 41.Разработка сценария аудиоролика
- 42.Психология восприятия аудиорекламы
- 43.Процесс производства радиорекламы
- 44.Бриф для разработки фирменного стиля
- 45.Бриф для разработки наружной рекламы
- 46.Бриф для разработки упаковки
- 47.Бриф для разработки транспортной рекламы
- 48.Бриф для разработки телевизионной рекламы
- 49.Бриф для разработки печатной рекламы
- 50.Бриф для разработки радиорекламы

ПМ 02. Производство рекламной продукции

1. Особенности разработки телевизионной рекламы.
2. Требования к графическим макетам.
3. Особенности разработки рекламы в прессе.
4. Верстка, сканирование, цветокоррекция макета.
5. Особенности разработки радио-рекламы.
6. Требования к макетам при печати книг, брошюр, методичек (методических пособий).
7. Особенности разработки наружной рекламы.
8. Требования к макетам для широкоформатной печати.
9. Особенности разработки интернет-рекламы.
- 10.Верстка, сканирование макета.
- 11.Роль персонажей в эмоциональной рекламе.
- 12.Цветокоррекция макета.
- 13.Характеристики персонажей в эмоциональной рекламе.
- 14.Требования к разработке макета рекламного проспекта.
- 15.Изготовление печатных форм. Виды печати. Качество продукции.
- 16.Дизайн и креатив макета.
- 17.Характеристика сувенирной продукции.
- 18.Фирменный стиль в разработке рекламного макета.
- 19.Способы производства сувенирной продукции.
20. Требования к разработке макета рекламной афиши.

21. Рекламная полиграфическая продукция, специфика, особенности разработки и производства.
22. Преимущества, недостатки, особенности, формы полиграфической продукции.
23. Офсетная печать.
24. Изготовление печатных форм.
25. Виды послепечатного оборудования.
26. Виды красок для печати.
27. Допечатная подготовка макета.
28. Виды печати.
29. Цифровая, экранная цветопроба.
30. Трафаретная печать.
31. Программный спуск полос.
32. Технические требования к макету.
33. Отделочное (послепечатное) оборудование.
34. Утверждение макетов.
35. Основные требования к цвету.
36. Трафаретная печать.
37. Виды красок, цветопробы.
38. Технические требования к макету.
39. Особенности разработки телевизионной рекламы.
40. Правила изготовления макетов.
41. Требования к макетам для широкоформатной печати.
42. Отделочное (послепечатное) оборудование.
43. Виды послепечатного оборудования.
44. Дизайн и креатив макета.
45. Печатный формат.
46. Характеристика сувенирной продукции.
47. Программный спуск полос.
48. Технические требования к макету.
49. Утверждение макетов.
50. Цифровая, экранная цветопробы.
51. Допечатная подготовка макета.

ПМ 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

1. Понятие маркетинга. Виды маркетинга и состояния спроса соответствующие ему. Цели и принципы маркетинга. Основные функции маркетинга.
2. Маркетинговая среда организации. Основные факторы микросреды. Фактор микросреды: клиентура. Медиа среда организации: контактные аудитории. Основные факторы макросреды.
3. Проведение анализа рыночных возможностей. Отбор целевых рынков.
4. Разработка комплекса маркетинга. Система планирования маркетинга.

- Система организации службы маркетинга. Система маркетингового контроля.
5. Потребительский рынок и характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки.
 6. Рынок организаций. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Рынок государственных учреждений.
 7. Состав и концепции системы маркетинговой информации. Маркетинговые исследования и информация: система внутренней отчетности; система сбора текущей маркетинговой информации; маркетинговых исследований; система анализа маркетинговой информации. Методика маркетинговых исследований: выявление проблем и формулирование целей исследования и отбор источников информации; методы исследования; сбор информации, анализ собранной информации, предоставление результатов.
 8. Сегментирование рынка: концепции маркетинга. Сегментирование рынка. Выбор целевых рынков. Позиционирование товаров на рынке.
 9. Товары и их классификация. Марки товаров. Упаковка и маркировка товаров. Сервисные услуги.
 10. Товарный ассортимент. Товарная номенклатура. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл товара. Этапы жизненного цикла.
 11. Проблемы и условия ценообразования. Факторы ценообразования. Стратегия ценообразования.
 12. Каналы распределения товаров и услуг и их функции. Управление каналами распределения: основные варианты каналов, отбор и мотивирование, оценка деятельности участников канала распределения.
 13. Товародвижение: цели и функции. Товародвижение: обработка заказов и поддержание товарно-материальных запасов. Товародвижение: выбор вида транспорта и структура управления товародвижением фирмы.
 14. Розничная торговля: виды розничных торговых предприятий.
 15. Оптовая торговля. Виды предприятий оптовой торговли. Маркетинговые решения оптовика.
 16. Маркетинговая коммуникация. Процесс коммуникации в маркетинге.
 17. Комплекс стимулирования: бюджет стимулирования. Средства стимулирования маркетинговых коммуникаций: Реклама; Стимулирование сбыта; Пропаганда.
 18. Планирование маркетинга. Разработка бюджета маркетинга. Маркетинговый контроль.
 19. Предмет и принципы правового регулирования рекламы. Становление рекламы в России и ее правовое обеспечение. История принятия закона «О рекламе»
 20. Гражданское, торговое и международное право и их роль в правовом

- регулировании рекламной деятельности
21. Общие требования к рекламе. Содержание понятий «надлежащая реклама» и «ненадлежащая реклама». Требования к идентификации рекламодавца
 22. Понятие недобросовестной конкуренции. Сравнительная реклама. Антиреклама. Недостоверная реклама.
 23. Соотношение недобросовестной и недостоверной рекламы. Этическая реклама. Эстетичная реклама.
 24. Требования, предъявляемые к распространению политической и экономической рекламе
 25. Правовое регулирование способов распространения рекламы: распространение рекламы через СМИ. Понятие СМИ. Лицензирование в сфере СМИ.
 26. Правовое регулирование способов распространения рекламы: наружная реклама.
 27. Круг субъектов. Заключение договора о торгах
 28. Правовое регулирование способов распространения рекламы: Наружная реклама. Круг субъектов. Заключение договора о торгах
 29. Распространение рекламы в сети Интернет. Способы распространения рекламы, неурегулированные Законом о рекламе. Механизм государственного регулирования рекламной деятельности: понятия, состав, методы
 30. Механизм государственного регулирования рекламной деятельности: задачи и основные принципы государственного регулирования рекламной деятельности
 31. Нормативно-правовые основы регулирования рекламной деятельности и государственный контроль
 32. Федеральный закон «О рекламе», и его значение в регулировании рекламной деятельности.
 33. Основные нормативные акты, регулирующие отношения в сфере рекламы
 34. Саморегулирование в сфере рекламной деятельности
 35. Федеральный антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламной деятельности
4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
1. Роль рекламы в рыночной экономике
 2. Рекламная деятельность как явление экономики
 3. Особенности функционирования субъектов рекламной деятельности
 4. Формирование хозяйственной стратегии
 5. Этапы разработки хозяйственной стратегии фирмы
 6. Основные разделы и показатели плана развития предприятия (организации)

7. Производственная программа фирмы, методы ее обоснования
8. Издержки производства и себестоимость продукции
9. Инвестиционная деятельность фирмы
10. Понятие предприятия и основные факторы, влияющие на его деятельность
11. Классификация предприятий
12. Организация производственного процесса
13. Содержание производственного процесса
14. Производственный цикл
15. Менеджмент и предпринимательство. Общие черты и различия
16. Научные основы менеджмента. Предмет и метод
17. Общие принципы управленческой деятельности
18. Функции и уровни управления
19. Вертикальные и горизонтальные коммуникации. Формальные и неформальные.
20. Процесс обмена информацией. Обратная связь
21. Коммуникационные барьеры
22. Актуальные аспекты эффективного использования материальных ресурсов организации
23. Финансы организации
24. Финансовое планирование и финансовый контроль
25. Стратегическое планирование Планирование и реализация стратегии
26. Правовое регулирование рекламы
27. Подразделения ФАС России и другие службы, регулирующие рекламную деятельность

Задание первого уровня содержит 25 тестовых вопросов. Максимальное время, отводимое на выполнения задания первого уровня – 60 мин. Тематика, количество и формат вопросов по темам профессиональной части тестового задания формируются на основе знаний, указанным во ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Каждый правильный ответ на тестовый вопрос оценивается в 1 балл. Количество набранных баллов, за выполнение задания первого уровня, определяется простым суммированием баллов за правильные ответы на вопросы.

Задания второго уровня содержит практико-ориентированные задания, которую необходимо выполнить обучающемуся, при этом конкретный вариант задания выбирается случайным выбором в ходе экзамена. Максимальное время, отводимое на выполнения задания второго уровня – 60 мин.

Оценивание выполнения заданий второго уровня определяется исходя из условий заданий, в соответствии с его трудоемкостью. Критерии оценки выполнения заданий второго уровня представлены в соответствующих экзаменационных заданиях.

В основе оценки государственного экзамена лежит бальная система. Максимальное количество баллов за государственный экзамен – 50 баллов; из них:

- задание первого уровня – максимально 25 баллов;
- задание второго уровня – максимально 25 баллов.

Критерии оценки государственного экзамена

Количество баллов	Оценка
40-50	5
30-39	4
20-29	3
19 и меньше	2

3. Тематика и критерии оценки дипломной работы

Тематика дипломных работ по специальности 42.02.01 Реклама.

ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1. Разработка и производство наружной рекламы (на примере компании...)
2. Разработка и формирование системы продвижения сувенирной продукции (на примере компании...)
3. Фирменный стиль как основа идентификации организации: разработка брендбука для компании...
4. Разработка печатной полиграфической продукции в рамках рекламной политики компании (на примере компании...)
5. Разработка ребрендинга для организации.
6. Разработка и конструирование концепции фирменного стиля компании на примере конкретного предприятия.
7. Разработка и создание фирменного стиля для организации.

ПМ. 02 Производство рекламной продукции

1. Разработка и создание видеорекламы для организации.
2. Разработка и создание мультимедийного проекта для организации.
3. Разработка фотопроекта для рекламной кампании организации.
4. Разработка и создание социальной рекламы.
5. Разработка и создание кинорекламы для организации.
6. Разработка и создание социального видеоролика.
7. Особенности осуществления фотосъемки для производства рекламного продукта.
8. Разработка наружной рекламы для организации с оптимально эффективным выбором медианосителей.
9. Особенности осуществления видеосъемки для производства рекламного продукта.

10. Разработка и создание проекта выставочного стенда для организации
11. Разработка сувенирной рекламы для организации.
12. Разработка и создание серии рекламных буклетов для организации.

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

1. Разработка рекламной кампании социальной направленности на примере благотворительной организации или фонда.
2. Разработка (управление) рекламной кампании в социальных сетях, на примере конкретного предприятия.
3. Порядок выявления требований целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
4. Порядок разработки средств продвижения рекламного продукта.
5. Особенности разработки маркетинговой части бизнес-плана рекламной кампании.

ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

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

Требования по подготовке, написанию и оформлению к дипломной работе изложены в приложении 1.

В основе оценки дипломной работы лежит пятибалльная система.

– **«Отлично»** выставляется за работу, содержащую глубокое, логичное и полное раскрытие темы, отличающуюся самостоятельностью, знанием теоретического материала, опирающуюся на практический опыт студентов. Оформление работы полностью соответствует предъявляемым требованиям. Работа имеет положительный отзыв руководителя. При её защите обучающийся показывает глубокое знание темы, свободно ориентируется в материале, использует наглядные пособия. Степень овладения общими компетенциями и профессиональными компетенциями, соответствующими определенному тематикой ВКР виду профессиональной деятельности составляет 80-100%.

«Хорошо» выставляется за работу, содержащую последовательное изложение основных вопросов темы, понимание теоретического и практического материала. Работа отличается достаточной обоснованностью выводов и обобщений, но содержит неточности в изложении материала. Оформление работы полностью соответствует предъявляемым требованиям. Работа имеет положительный отзыв руководителя. При её защите обучающийся показывает знание темы, ориентируется в материале без особых затруднений, использует наглядные пособия. Степень овладения

общими компетенциями и профессиональными компетенциями, соответствующими определенному тематикой ВКР виду профессиональной деятельности составляет менее 60-79%.

«Удовлетворительно» выставляется за работу, в основном, раскрывающую содержание темы, которая отличается схематичностью, нарушением последовательности, отдельными неточностями в изложении. Работа недостаточно грамотна. В отзыве руководителя имеются замечания по содержанию работы, ошибки в расчетах или имеются замечания к оформлению ВКР. При защите работы обучающийся проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы. Степень овладения общими компетенциями и профессиональными компетенциями, соответствующими определенному тематикой ВКР виду профессиональной деятельности составляет 40-59%.

«Неудовлетворительно» выставляется за работу, которая не носит элементы исследовательского характера, имеет поверхностно изложенный материал темы, отсутствуют практические расчеты, работа не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях. В отзыве руководителя имеются серьезные критические замечания по содержанию работы. При её защите обучающийся проявляет неуверенность, затрудняется отвечать на вопросы комиссии по теме исследования. Степень овладения общими компетенциями и профессиональными компетенциями, соответствующими определенному тематикой ВКР виду профессиональной деятельности составляет менее 40%.

Обучающимся, не проходившим государственной итоговой аттестации по уважительной причине, предоставляется возможность пройти государственную итоговую аттестацию без отчисления из образовательной организации. Дополнительные заседания государственных экзаменационных комиссий организуются в установленные образовательной организацией сроки, но не позднее четырех месяцев после подачи заявления, лицом не проходившим государственной итоговой аттестации по уважительной причине.

Обучающиеся, не прошедшие государственной итоговой аттестации или получившие на государственной итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, проходят государственную итоговую аттестацию не ранее чем через шесть месяцев после прохождения государственной итоговой аттестации впервые.

Для прохождения государственной итоговой аттестации лицо, не прошедшее государственную итоговую аттестацию, по неуважительной причине или получившее на государственной итоговой аттестации неудовлетворительную оценку, восстанавливается в образовательной организации на период времени, установленный образовательной организацией самостоятельно, но менее предусмотренного календарным учебным графиком для прохождения государственной итоговой аттестации образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Повторное прохождение процедуры государственной итоговой аттестации для одного лица назначается образовательной организацией не более двух раз.

4. Процедура подготовки, допуска и проведения государственной итоговой аттестации

Государственный экзамен предусматривает выполнение заданий двух уровней. Задания первого уровня формируются в виде тестового задания в соответствии с общими и профессиональными компетенциями специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки). Тестовое задание состоит из теоретических вопросов, сформированных по разделам и темам. Выполнение тестового задания реализуется посредством применения прикладных компьютерных программ, что обеспечивает возможность генерировать для каждого участника уникальную последовательность заданий, содержащую требуемое количество вопросов из каждого раздела и исключаящую возможность повторения заданий. Вопросы выдаются в произвольном порядке. При выполнении тестового задания обучающемуся предоставляется возможность в течение всего времени, отведенного на выполнение задания, вносить изменения в свои ответы, пропускать ряд вопросов с возможностью последующего возврата к пропущенным заданиям.

Задания второго уровня формируются в виде практико-ориентированных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки). Задания формируются в соответствии со специфическими для специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) профессиональными компетенциями, умениями и практическим опытом. Для выполнения заданий второго уровня образовательная организация утверждает перечень документов (приложение 2), допущенных к использованию на втором этапе государственного экзамена. Практические задания разработаны в соответствии с видами профессиональной деятельности, к которым готовится обучающийся.

Темы выпускной квалификационной работы разрабатываются преподавателями предметно-методической комиссии совместно со специалистами предприятий или организаций, заинтересованных в разработке данных тем. Тема выпускной квалификационной работы может быть предложена студентом при условии обоснования им целесообразности ее разработки.

Закрепление тем выпускных квалификационных работ и назначение руководителей каждому студенту оформляется приказом директора колледжа.

По утвержденным темам руководители выпускных квалификационных работ разрабатывают индивидуальные задания и календарный график выполнения дипломной работы для каждого студента.

Выполненные дипломные работы рецензируются специалистами из числа работников предприятий, организаций, преподавателей образовательных учреждений, обладающие компетенциями по вопросам, связанными с тематикой дипломных работ.

К государственной итоговой аттестации допускается студент, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по осваиваемой образовательной программе среднего профессионального образования.

Допуск к государственной итоговой аттестации оформляется приказом директора колледжа.

Согласно Федеральному государственному стандарту по специальности 42.02.01 Реклама на государственную итоговую аттестацию отводится всего – 6 недель, в том числе:

- подготовка к государственной итоговой аттестации - 4 недели,
- проведение государственного экзамена – 1 неделя;
- защита выпускной квалификационной работы - 1 неделя.

Для проведения государственной итоговой аттестации создается государственная экзаменационная комиссия в порядке, предусмотренном Приказом Минобрнауки России от 16 августа 2013 г. N 968 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования».

5. Порядок проведения государственной итоговой аттестации для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья государственная итоговая аттестация проводится образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников (далее - индивидуальные особенности).

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение государственной 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 государственной 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 государственной экзаменационной комиссии);
- пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при прохождении государственной 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).

Дополнительно при проведении государственной 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 государственной 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 государственной 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 государственный экзамен может проводиться в письменной форме;

д) 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 государственный экзамен может проводиться в устной форме.

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

6. Порядок подачи и рассмотрения апелляций

По результатам государственной аттестации выпускник, участвовавший в государственной итоговой аттестации, имеет право подать в апелляционную комиссию письменное апелляционное заявление о нарушении, по его мнению установленного порядка проведения государственной итоговой аттестации и (или несогласии с ее результатами (далее - апелляция).

Апелляция подается лично выпускником или родителями (законными представителями) несовершеннолетнего выпускника в апелляционную комиссию образовательной организации.

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.

Состав апелляционной комиссии утверждается образовательной организацией одновременно с утверждением состава государственной экзаменационной комиссии.

Апелляционная комиссия состоит из председателя, не менее пяти членов из числа педагогических работников образовательной организации, не входящих в данном учебном году в состав государственных экзаменационных комиссий и секретаря. Председателем апелляционной комиссии является руководитель образовательной организации либо лицо, исполняющее в установленном порядке обязанности руководителя образовательной организации. Секретарь избирается из числа членов апелляционной комиссии.

Апелляция рассматривается на заседании апелляционной комиссии с участием не менее двух третей ее состава. На заседание апелляционной комиссии приглашается председатель соответствующей государственной экзаменационной комиссии.

Выпускник, подавший апелляцию, имеет право присутствовать при рассмотрении апелляции. С несовершеннолетним выпускником имеет право присутствовать один из родителей (законных представителей). Указанные лица должны иметь при себе документы, удостоверяющие личность.

Рассмотрение апелляции не является передачей государственной итоговой аттестации. При рассмотрении апелляции о нарушении порядка проведения государственной итоговой аттестации апелляционная комиссия устанавливает достоверность изложенных в ней сведений и выносит одно из решений:

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

В последнем случае результат проведения государственной итоговой аттестации подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию для реализации решения комиссии. Выпускнику предоставляется возможность пройти государственную итоговую аттестацию в дополнительные сроки, установленные образовательной организацией.

Для рассмотрения апелляции о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации, полученными при защите выпускной квалификационной работы, секретарь государственной экзаменационной комиссии не позднее следующего рабочего дня с момента поступления апелляции направляет в апелляционную комиссию выпускную квалификационную работу, протокол заседания государственной экзаменационной комиссии и заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при защите подавшего апелляцию выпускника.

Для рассмотрения апелляции о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации, полученными при сдаче государственного экзамена, секретарь государственной экзаменационной комиссии не позднее следующего рабочего дня с момента поступления апелляции направляет в апелляционную комиссию протокол заседания государственной экзаменационной комиссии, письменные ответы выпускника (при их наличии) и заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при проведении государственного экзамена.

В результате рассмотрения апелляции о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации апелляционная комиссия принимает решение об отклонении апелляции и сохранении результата государственной итоговой аттестации либо об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата государственной итоговой аттестации. Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию. Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования ранее выставленных результатов государственной итоговой аттестации выпускника и выставления новых.

Решение апелляционной комиссии принимается простым

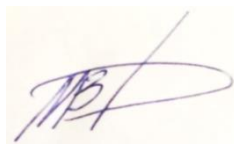
большинством голосов. При равном числе голосов голос председательствующего на заседании апелляционной комиссии является решающим.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения подавшего апелляцию выпускника (под роспись) в течение трех рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии.

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

Решение апелляционной комиссии оформляется протоколом, который подписывается председателем и секретарем апелляционной комиссии и хранится в архиве образовательной организации.

Председатель предметно –
методической комиссии
Дизайн и рекламы



В.Д. Зиновьева

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПОДГОТОВКЕ К ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ
АТТЕСТАЦИИ
специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки)**

Методические рекомендации по подготовке к государственной итоговой аттестации для студентов очной и заочной формы обучения специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки)/ сост.: В.Д. Зиновьева; Башкирский экономико-юридический колледж (БЭК). – Уфа, 2020. – 50с.

Методические рекомендации разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки). Предназначены для студентов выпускных курсов очной и заочной форм обучения Частного профессионального образовательного учреждения Башкирский экономико-юридический колледж (БЭК); позволяют обеспечить единство требований, по подготовке к государственной итоговой аттестации.

© Павлова И.М.(сост.), 2020

© БЭК, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	27
1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ	29
2. ТИПОВОЙ ВАРИАНТ ЗАДАНИЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА	29
3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ДИПЛОМНОЙ РАБОТЕ	37
4. ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	37
5. ВЫБОР ТЕМЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	38
6. СТРУКТУРА ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	39
7. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИЗЛОЖЕНИЮ И СТИЛЮ ТЕКСТА	43
8. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	46
9. ТРЕБОВАНИЯ К ИЛЛЮСТРАЦИЯМ	52
10. СТРУКТУРА ДОКЛАДА ВЫПУСКНИКА	53
11. ТРЕБОВАНИЯ К ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ	54
12. РУКОВОДИТЕЛЬ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ	55
ПРИЛОЖЕНИЯ	57

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящие методические рекомендации разработаны с целью оказания помощи обучающимся в подготовке к государственной итоговой аттестации.

Целью государственной итоговой аттестации является установление соответствия уровня и качества подготовки выпускника Федеральному государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования и вариативной части ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Формой государственной итоговой аттестации выпускников специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) являются: государственный экзамен и выпускная квалификационная работа, которая выполняется в виде дипломной работы (далее по тексту – дипломная работа).

Государственный экзамен направлен на проверку обучающимся, освоенных в ходе обучения общих и профессиональных компетенций при решении задач профессиональной деятельности. Государственный экзамен предусматривает выполнение заданий двух уровней: задания первого уровня формируются в виде тестового задания в соответствии с общими и профессиональными компетенциями по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки); задания второго уровня формируются в виде практико-ориентированных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Дипломные работы призваны способствовать систематизации и закреплению знаний обучающихся по специальности при решении конкретных задач, а также выявить уровень подготовки выпускника к самостоятельной работе, степень овладения общими и профессиональными компетенциями. Обязательное требование – соответствие тематики дипломной работы содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

В дипломной работе обучающийся должен продемонстрировать:

- уровень сформированности общих и профессиональных компетенций в рамках исследуемой темы;
- умение изучать и обобщать различные источники информации, опыт и практику деятельности учреждений;
- владение методами и методиками исследовательского поиска при решении рассматриваемой проблемы;
- умение разрабатывать практические предложения и рекомендации по исследуемой теме;
- умение анализировать результаты исследований, грамотно, логично оформлять их в соответствующий материал (графики, таблицы, рисунки и т.п.);
- сформированность компетенций в рамках основных видов профессиональной деятельности.

Подготовка дипломной работы включает следующие этапы:

– ознакомление с основными требованиями, предъявляемыми к дипломной работе;

– выбор темы исследования и назначение руководителя;

– составление плана исследования, подбор необходимых нормативных актов и научной литературы, а также соответствующего фактического материала;

– написание и оформление дипломной работы в соответствии с установленными требованиями (на основе обработки и анализа полученной информации с применением современных методов исследования, обязательной формулировкой выводов, предложений и рекомендаций по результатам проведенного исследования);

– подготовка к защите дипломной работы;

– непосредственная защита дипломной работы.

Методические рекомендации разработаны на основе требований следующих нормативных документов:

1. Федеральный закон « Об образовании в РФ» от 29 декабря 2012 г. №273.
2. Федеральный государственный образовательный стандарт СПО (далее – ФГОС) по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения базовой подготовки. Утвержден приказом Минобрнауки России от 12 мая 2014 г. № 486 (в ред. 14.09.2016г.) «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 21.02.05 Земельно-имущественные отношения.
3. ГОСТ Р 7.0.100-2018 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.
ГОСТ Р 7.0.12-2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила.
4. ГОСТ 7.32-2017 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления.

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ

Государственный экзамен предусматривает выполнения заданий двух уровней.

Задания первого уровня формируются в виде тестового задания в соответствии с общими и профессиональными компетенциями специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки). Тестовое задание состоит из теоретических вопросов, сформированных по разделам и темам. Выполнение тестового задания реализуется посредством применения прикладных компьютерных программ, что обеспечивает возможность генерировать для каждого участника уникальную последовательность заданий, содержащую требуемое количество вопросов из каждого раздела и исключаящую возможность повторения заданий. Вопросы выдаются в произвольном порядке. При выполнении тестового задания обучающемуся предоставляется возможность в течение всего времени, отведенного на выполнение задания, вносить изменения в свои ответы, пропускать ряд вопросов с возможностью последующего возврата к пропущенным заданиям. Задание первого уровня содержит 25 тестовых вопросов. Максимальное время, отводимое на выполнения задания первого уровня – 60 мин. Каждый правильный ответ на тестовый вопрос оценивается в 1 балл. Количество набранных баллов, за выполнение задания первого уровня, определяется простым суммированием баллов за правильные ответы на вопросы.

Задания второго уровня формируются в виде практико-ориентированных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки). Задания формируются в соответствии со специфическими для специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) профессиональными компетенциями, умениями и практическим опытом. Практические задания разработаны в соответствии с видами профессиональной деятельности, к которым готовится обучающийся. Задания второго уровня содержит практико-ориентированную задачу, которую необходимо выполнить обучающемуся, при этом конкретный вариант задания выбирается случайным выбором в ходе экзамена. Максимальное время, отводимое на выполнения задания второго уровня – 60 мин.

2. ТИПОВОЙ ВАРИАНТ ЗАДАНИЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

2.1. Задание первого уровня «Тестирование»

Вариант типового тестового задания.

1. Реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ – это..
 - а. ненадлежащая реклама

- b. неэтичная реклама
- c. недобросовестная реклама
- d. недостоверная реклама
- e. антиреклама

2. Реклама, не обозначенная как таковая, размещенная под видом информационного, редакционного или авторского материала, закамуфлированная под личное сообщение или иную нерекламную информацию - это...

- a. ненадлежащая реклама
- b. неэтичная реклама
- c. недобросовестная реклама
- d. скрытая реклама
- e. антиреклама

3. Тип рекламодателей, которые распределяют продукцию изготовителей, направляя

е в другие торговые точки или конечному пользователю:

- a. торговцы
- b. изготовители
- c. индивиды
- d. учреждения

4. К постоянным элементам фирменного стиля НЕ относится:

- a. товарный знак
- b. шрифт
- c. слоган
- d. рекламный персонаж

5. Заказчиком рекламы является:

- a. рекламодатель
- b. рекламное агентство
- c. потребитель
- d. типография

6. В фирменный блок НЕ входит:

- a. товарный знак
- b. полное наименование предприятия
- c. корпоративная легенда
- d. почтовые и банковские реквизиты

7. Этот товарный знак:

- a. словесный
- b. изобразительный

- c. комбинированный
- d. звуковой

8. Что означает свойство товарного знака «универсальность, технологичность»?:

- a. ТЗ должен иметь оригинальное начертание
- b. ТЗ должен быть адаптирован под культуру определенной страны
- c. ТЗ должен хорошо выглядеть в любом масштабе, а также как в цветном, так и в черно-белом исполнении
- d. ТЗ должен быть лаконичным

9. Что НЕ относится к принципам создания прямой почтовой рекламы:

- a. в прямой почтовой рекламе следует давать гарантии покупателю
- b. в прямой почтовой рекламе абзацы должны быть короткими, следует использовать крупный шрифт и широкие поля
- c. в тексте письма можно использовать иностранные слова и термины
- d. в прямой почтовой рекламе следует обращаться к конкретному потребителю

10. К печатной (полиграфической) рекламе относится:

- a. визитная карточка
- b. билборд
- c. световая вывеска
- d. баннер

11. Сброшюрованное или переплетённое издание, содержащее информацию для партнеров и специалистов (слово руководителя, историю компании, достижения и т.д.)

- a. проспект
- b. каталог
- c. буклет
- d. афиша

12. Исторически первая форма массовой рекламы:

- a. рекламные сувениры
- b. реклама в газетах
- c. устная реклама
- d. наружная реклама

13. К недостаткам газетной рекламы относят:

- a. короткий жизненный цикл
- b. невозможность охвата широких целевых аудиторий
- c. сложность технологии производства

d. невозможность быстрого осуществления охвата

14. Рекламные объявления, заимствующие жанры и формы подачи у журналистики:

- a. информационно-образная реклама
- b. реклама усложненных форм
- c. прямая реклама
- d. модульная реклама

15. К достоинствам журнальной рекламы относится:

- a. быстрота использования
- b. дешевизна
- c. расчет на узкие специализированные группы
- d. всеохватность

16. К нешрифтовым выделениям НЕ относится:

- a. использование выворотки
- b. подчеркивание
- c. увеличенный интерлиньяж
- d. смена гарнитуры

17. К достоинствам телевизионной рекламы относится:

- a. массовый охват потенциальных потребителей
- b. охват стабильных по составу аудиторий
- c. экономичность
- d. кратковременность

18. Сюжет рекламного ролика строится таким образом, когда герой находит решение

проблемы в рекламируемом товаре и становится счастливым:

- a. прямая продажа
- b. демонстрация товара и сравнение
- c. драматизация
- d. обращение от лица фирмы

19. К специальным звуковым эффектам в радиорекламе можно отнести:

- a. голос диктора
- b. голос актера
- c. фоновую музыку
- d. звук заводящейся машины

20. Рекламные материалы, распространителями которых является сама целевая аудитория:

- a. продакт-плейсмент

- b. вирусная реклама
- c. спонсорская реклама
- d. недобросовестная реклама

21. К недостаткам наружной рекламы НЕ относится:

- a. зона действия рекламного объявления ограничена зоной его видимости
- b. трудно проанализировать эффективность
- c. сложности размещения (нельзя размещать наружную рекламу на крыше здания, на столбе уличного освещения и т.д.)
- d. конструкции портятся под воздействием внешних факторов

22. К достоинствам рекламы в интернете НЕ относится:

- a. низкая стоимость контакта
- b. возможность подачи графики с дополнительными эффектами
- c. высокая степень влияния
- d. возможность измерить эффект от рекламы

23. К достоинствам сувенирной рекламы НЕ относится:

- a. благоприятный имидж организации-дарителя
- b. большая продолжительность действия
- c. широкий охват аудитории
- d. носителями рекламы выступают полезные вещи

24. Подвешенный на тонкой ножке указатель товара:

- a. джумби
- b. воблер
- c. шелфтокер
- d. стикер

25) К шрифтовым выделениям НЕ относится:

- a) смена гарнитуры
- b) подчеркивание
- c) набор прописными буквами
- d) повышение (понижение) кегля

2.2. Задания второго уровня в виде практико-ориентированных задач

Типовые практико-ориентированные задачи.

Задание 1.

Внимательно прочитайте задание.

1. Проанализируйте значение и принципы эмоционального восприятия цвета, дайте аргументированный ответ.

2. Докажите существование плюсов и минусов классических каналов продвижения (пресса, тв, радио, наружная реклама). Исходя из наличия положительных и отрицательных качеств каналов продвижения определите наиболее подходящий для продвижения товара народного потребления.

Требуется:

Подготовить устный ответ на поставленные вопросы. Время выполнения задания: 60 минут.

Критерии оценки выполнения задания

Максимальное количество баллов за выполнение задания - 12,5 баллов.

а) основные целевые индикаторы (баллы начисляются):

1. студент владеет терминологическим аппаратом, материал в большей степени рассказывается, а не читается, соблюдает временной регламент, ориентируется в теме, свободно отвечает на вопросы - 7 баллов;

2. студент владеет теорией вопроса, материал в большей степени читается, чем рассказывается, соблюдает временной регламент, при ответах на некоторые вопросы испытывает затруднения – 5,5 баллов;

б) штрафные целевые индикаторы (баллы удерживаются):

1. не верный ответ - 7 баллов;

2. негрубые нарушения в выполненной работе (допущенные неточности в перечне документов, необходимых для осуществления учетно-регистрационного действия соответствующего заявлению) – 5,5 баллов.

Задание 2.

Компания Издательский дом «Конде Наст» основан в 1909 году. Он выпускает в 17 странах мира такие элитарные и уважаемые глянцевого журналы как "VOGUE", "GLAMOUR", "GQ", "Vanity Fair", "House & Garden", "Architectural Digest", "Conde Nast Traveller", "The New Yorker", "Wired", "The World of Interiors» и формирует вкусы 120 миллионов читателей на всех шести континентах. С каждым изданием «Конде Наст» работают авторы и фотографы мирового уровня, задавая самый высокий стандарт редакционного качества на издательском рынке.

В России «Конде Наст» начал свою работу в 1998 году и выпускает такие международные известные ежемесячные журналы как "VOGUE", "GQ", "AD" (Architectural Digest) и "GLAMOUR".

Обзор рыночной ситуации:

Объем читательской аудитории в сегменте женских глянцевых изданий в России в 2006 году составил 47% среди наиболее активной читательской аудитории (это женщины в возрасте от 16 до 44 лет, с доходом выше среднего, жительницы больших городов). Выход на рынок новых игроков увеличил количество изданий, что значительно усилило конкурентную борьбу за читательскую аудиторию.

Издательский дом «Конде Наст» определил ближайших конкурентов своего журнала «Glamour» - это журналы о стиле жизни «Cosmopolitan», «Elle», «Vogue», «Bazaar», «Marie Claire», «Mini», «Домашний очаг». Основная часть

этих изданий позиционируются либо как "модные и элитарные", либо как "традиционные и массовые". Согласно замыслам издателей журнал «Glamour» должен был занять пустующую нишу одновременно модного и массового журнала.

При запуске журнала «Glamour» перед владельцами стояла задача оценить потенциал его международного позиционирования в нашей стране, так как в других странах он позиционируется как универсальный женский журнал премиального качества для массовой аудитории миниформата. Но так как конкуренты, работающие в России, освоили карманный формат до выхода «Glamour», то этот атрибут бренда не мог выступить в качестве УТП, поэтому основной акцент был сделан на идеологическую и эмоциональную близость целевой группе. Введение в журнал постоянных рубрик, анонсирующих промо-акции и розыгрыши для читателей журнала, стал абсолютно новым редакционным подходом в России.

Помимо высокого качества и инновационного редакционного формата, при выходе на российский рынок «Glamour» предложил читателям уникальное ценовое предложение для журналов малого формата – 40 руб. В то время как «Cosmopolitan-Мини» и «Mini» - в сентябре 2004 стоили 65 и 50 р. соответственно.

Таким образом, «Glamour» представляет собой уникальное сочетание удачной редакционной формулы и привлекательной цены.

Целевую аудиторию журнала «Glamour» составляют современные горожанки 18-35 лет, которые живут в цейтноте и хотят все успеть: работать, общаться с друзьями, быть в курсе моды, хорошо выглядеть, быть хорошей подругой и женой. Они одновременно думают обо всем. Они зарабатывают, обожают шопинг и сами решают, как тратить деньги. Они знают, чего хотят, и как этого добиться. «Glamour» дает им практическую информацию по нужным им темам, всегда оставляя выбор за ними.

Ядро целевой аудитории – женщина, которой всегда 25, а если она и старше, то все равно она ведет такой же активный образ жизни и стремится быть в курсе всех модных тенденций. Если же моложе, то у нее четкое собственное мнение о жизни и стремление к индивидуальному стилю.

Требуется:

Исходя из описанной целевой аудитории международного журнала «Glamour», разработайте его концепцию позиционирования на российском рынке.

Критерии оценки выполнения задания

Максимальное количество баллов за выполнение задания - 12,5 баллов.

а) основные целевые индикаторы (баллы начисляются):

1. применен правильный алгоритм решения поставленной задачи – 5 баллов;
2. разработана стратегия позиционирования товара – 5,5 баллов;
3. работа выполнена установленное время – 2 балла;

б) штрафные целевые индикаторы (баллы удерживаются):

1. использование материалов, не разрешенных к использованию на

государственном экзамене – 7,5 баллов;

2. негрубые нарушения технологии выполнения работ (допущенные неточности в алгоритме решения) – до 5 баллов.

3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ДИПЛОМНОЙ РАБОТЕ

Дипломная работа представляет собой завершающий этап обучения специалиста среднего звена, который позволяет определить степень готовности выпускника к самостоятельному решению сложных комплексных задач в дальнейшей его практической деятельности.

Дипломная работа выполняется на конкретных материалах предприятий (баз практики) с учетом проблем, требующих решения на данном предприятии.

Задачами дипломной работы являются:

- систематизация, закрепление и расширение полученных при обучении в колледже теоретических и практических знаний и их применение при решении конкретных научных и практических задач в рамках темы дипломной работы;
- систематизация знаний, умений и опыта, полученного студентами во время прохождения производственной преддипломной практики;
- развитие навыков самостоятельной работы, овладение методикой исследования при решении проблем и вопросов, рассматриваемых в дипломной работе;
- выяснение степени подготовленности студентов-выпускников к самостоятельной практической работе или научным исследованиям по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Дипломная работа как заключительный этап подготовки выпускника должна содержать элементы самостоятельного исследования.

4. ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Разработка и защита дипломной работы состоят из следующих последовательных этапов:

- выбор темы дипломной работы;
- подбор и ознакомление с литературой по выбранной теме;
- составление первоначального варианта плана дипломной работы и согласование его с руководителем;
- изучение учебной, научной литературы, нормативно-правовых документов и действующей практики решения проблем в рамках темы дипломной работы;
- аналитическая обработка фактического материала в сочетании с материалом литературных источников;
- составление окончательного плана дипломной работы и согласование его с руководителем;
- написание текста дипломной работы (первоначального варианта) и представление его руководителю;
- доработка текста дипломной работы в соответствии с замечаниями

руководителя;

- представление завершенной и оформленной работы руководителю;
- проверка дипломной работы на антиплагиат;
- прохождение дипломной работы нормоконтроля;
- предоставление дипломной работы руководителю для написания отзыва;
- направление дипломной работы на рецензирование, рекомендованному рецензенту;
- подготовка доклада для защиты дипломной работы;
- представление дипломной работы с отзывом руководителя и рецензией рецензента в предметно-методическую комиссию, для получения заключения председателя ПМК;
- проведение предзащиты дипломной работы по решению предметно-методической комиссии;
- защита дипломной работы.

5. ВЫБОР ТЕМЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Тема дипломной работы выбирается студентом и утверждается руководством колледжа (приказом директора).

Предметно-методическими комиссиями составляется примерный перечень тем дипломных работ. Студентам предоставлено право самостоятельного выбора любой из предлагаемых тем дипломных работ. По согласованию с руководителем студент может выбрать для дипломного исследования тему, не включенную в данный перечень, а также несколько изменить название темы из предложенного списка, придав ей желаемую направленность, расширив или сузив ее.

Выбранная тема исследования должна соответствовать накопленному практическому опыту, уровню подготовки, базироваться на конкретном фактическом материале.

Дипломная работа может выполняться по заказу предприятия, организации и т. п.

Закрепление за студентом темы дипломной работы производится по его личному заявлению на имя председателя ПМК (приложение 1). Заявления студентов после одобрения предметно-методической комиссией выбранных ими тем дипломной работы руководство колледжа оформляет приказом о закреплении их за студентами и назначении руководителей.

Выбор темы дипломной работы и ее утверждение должны быть завершены за пять месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

После выбора и утверждения темы дипломной работы студент составляет ее план и представляет его своему руководителю.

6. СТРУКТУРА ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Структура дипломной работы является логической схемой всей работы. Она включает следующие разделы:

- 1) Титульный лист (приложение 3)
 - 2) Задание и календарный график на дипломную работу (приложение 2)
 - 3) Содержание (приложение 4)
 - 4) Введение
 - 5) Глава 1. Теоретическая часть
 - 6) Глава 2. Практическая часть
 - 7) Заключение
 - 8) Список использованных источников (приложение 5)
 - 9) Приложения
- Не прошиваются:
- 10) Лист допуска студента к защите дипломной работы (приложение 6)
 - 11) Рецензия (приложение 7)
 - 12) Отзыв руководителя (приложение 8)

Характеристика структурных частей дипломной работы

Дипломная работа должна отвечать ряду требований:

- тематика, предмет и объект исследования должны быть актуальными;
- содержание и форма подачи материала должны быть конкретными;
- работа должна быть оформлена в соответствии с ГОСТ.
- материал излагается от третьего лица, в редких случаях допустимо написание работы от первого лица множественного числа.

Дипломная работа студента должна:

- содержать четкую формулировку целей, задач и выводов, определение предмета и объекта исследования;
- отличаться глубиной изложения, научным подходом и системным анализом существующих в отечественной и зарубежной науке точек зрения;
- включать информацию, полученную во время прохождения практики в учреждении, связанную с организацией работы по социальному обеспечению населения;
- содержать показатели научных, теоретических и практических исследований, в области права и организации социального обеспечения, сведения, полученные из СМИ и т.п.;
- данные могут быть представлены в виде схем, графиков, таблиц и текста;
- содержать оптимальные пути решения выбранной проблемы;
- показать умение студента обосновать актуальность темы, творчески подойти к избранной теме, использовать методы научного исследования;
- содержать анализ источников и литературы по теме исследования;

- соответствовать всем требованиям, предъявляемым к оформлению дипломных работ.

Содержание представляет собой перечень разделов и подразделов работы. Обязательно указываются страницы, с которых начинается каждый раздел или подраздел. Названия рубрик должны точно соответствовать заголовкам, приведенным в тексте работ.

Введение.

Вступительная часть дипломной работы. Автор должен в этом небольшом разделе показать: актуальность темы; объект, предмет, цель, задачи, защищаемые положения, материалы, методы исследования; новизну результатов, теоретическую и практическую значимость работы.

1. Актуальность темы исследования – степень ее важности в данный момент и в данной ситуации для решения конкретных задач. Освещение актуальности должно быть кратким. При раскрытии актуальности темы исследования необходимо показать главное, исходя из двух направлений ее характеристики:
- изученность выбранной темы (определенные аспекты темы изучены не в полной мере и проведение исследования направлено на устранение этих пробелов);
- решение определенной практической задачи на основе полученных в процессе исследования данных.

Обоснование актуальности требует ответа на следующие вопросы:

- Почему новое научное знание, которое предполагается получить в результате исследования, необходимо для практики?
- Что определило выбор темы?
- Чем эта тема интересна для Вас?
- Какова основная идея исследования?
- Что сделано исследователями до Вас, и что предстоит сделать Вам?

Вопрос (явление) исследования стоит на границе известного и неизвестного. Поставить вопрос исследования – значит найти эту границу. Проблема возникает тогда, когда старое знание показало свою несостоятельность, а новое еще не приняло развернутой формы. Следовательно, научная проблема – это противоречивая ситуация, требующая решения. Обосновать актуальность - проанализировать, объяснить, почему данную проблему нужно в настоящее время изучать.

2. Объект исследования (что рассматривается) – это процесс или явление, которое дает проблемную ситуацию для изучения. Пример:- «Объектом дипломной работы являются графический дизайн»;

3. Предмет исследования (как рассматривается объект, какие новые отношения, свойства, аспекты, функции раскрывает данное исследование). Предмет исследования выпускной квалификационной работы – это значимые с теоретической или практической точки зрения особенности, свойства или стороны объекта. Предмет исследования показывает, через что будет познаваться объект. Объект всегда шире, чем его предмет. Если объект - это

область деятельности, то предмет - это изучаемый процесс в рамках объекта выпускной квалификационной работы. Предмет во введении к выпускной квалификационной работе указывается после определения объекта. Пример: - «Предметом исследования дипломной работы является особенности создания фирменного стиля».

4. *Цели исследования* – это то, чего хочет достичь студент в своей исследовательской деятельности, цель показывает какой необходимо достигнуть конечный результат в работе.

Пример: - «Целью данной работы является изучение (описание, определение, установление, исследование, рассмотрение, разработка, раскрытие, освещение, выявление, анализ, обобщение...»); - «Целью выпускной квалификационной работы является разработка фирменного стиля компании».

5. *Задачи работы* (что нужно сделать, чтобы цель была достигнута) – это те исследовательские действия, которые необходимо выполнить для достижения поставленной в работе цели. По своей сущности задачи представляют собой детализированную цель исследования с ориентацией на гипотезу. Количество задач может диктоваться главами или основными параграфами работы. Формулирование задач имеет важное значение, ибо они определяют содержание работы.

Задачи могут вводиться словами:

- выявить;
- раскрыть;
- изучить;
- разработать;
- исследовать;
- проанализировать;
- систематизировать;
- уточнить и т.д.

Задачи должны быть отражены в заключении, выводах и рекомендациях (формулируется не менее 4 задач). Пример. – «Для достижения поставленной в дипломной работе цели решались следующие задачи:

- рассмотреть возникновение фирменного и формирование фирменного стиля как особого вида графического дизайна;
- выявить роль фирменного стиля в создании имиджа компании;
- выделить его основные элементы;
- исследовать процесс создания фирменного стиля и его этапов;
- создать концепт-дизайн фирменного стиля компании

Основная часть

Дипломная работа содержит, как правило, две главы, каждая из которых делится на пункты и подпункты. Каждая глава раскрывает тот или иной аспект заявленной темы и должна завершаться обобщающими выводами.

Эта часть дипломной работы выполняется по материалам, собранным на этапе информационного поиска.

Первая глава – теоретическая (обзор литературы). Ее содержание целиком зависит от выбранной темы, и будет включать те вопросы и проблемы, которые имеют к ней самое непосредственное отношение.

В главе кратко рассматривается история вопроса и степень его изученности, анализируется современное состояние исследуемой проблемы, отражается законодательная, нормативно-правовая база проблемы как совокупность правовых документов. Содержание главы должно соответствовать теме исследования. Число цитируемых литературных источников (отечественных и зарубежных) должно быть достаточным для полного освещения вопроса. При описании литературных данных могут быть использованы рисунки и таблицы со ссылкой на источник. При поиске источников научной литературы по теме необходимо использовать все виды изданий. Поиск осуществлять через каталоги, картотеки и библиографические указатели библиотек, а так же поисковые системы «Интернет».

Вторая глава – практическая. В данной главе должна быть представлена информация о предназначении, специфике решаемых задач. Дается характеристика объекта исследования, на материалах которого выполняется работа, и проводится глубокий анализ изучаемой проблемы с использованием различных методов исследования.

Вторая глава посвящена непосредственно разработке и описанию дизайн-концепции и актуальной продукции компании

Приводятся результаты исследований и выполнение рекламного продукта, представляющего собой комплексное проектирование системы, идентификации корпоративного (фирменного) стиля, выполненных непосредственно исполнителем. Проводится анализ аналогов и прототипов, анализ и подбор технологии печати. Обосновывается дизайнерское решение, разрабатываются эскизы. Выбирается прикладное программное обеспечение. В указанном разделе целесообразно подвести итог проведенного исследования, включая теоретическую и практическую части, а так же отразить перспективы проведения дальнейших исследований.

Заключение

Является, по сути, подведением итога выполнения дипломной работы. Оно содержит основные выводы и предложения по итогам дипломной работы. При этом необходимо дать рекомендации по дальнейшим направлениям развития данной научной проблемы. Выводы должны касаться всех глав работы, быть краткими, вытекать один из другого. Нумеровать выводы не

следует. После выводов следуют предложения. Заключение не должно содержать ничего нового, по сравнению с основным текстом работы. Здесь дается лишь обобщение, более концентрированное выражение основных мыслей и выводов, изложенных ранее в отдельных главах. Из заключения должно быть ясно, к каким результатам пришел дипломник, насколько решена поставленная перед ним задача.

Список нормативных правовых актов и использованных источников

Представляет собой перечень всех литературных источников, использованных при выполнении работы. Источники располагаются в едином алфавитном порядке. Список литературы должен включать не менее 20 % источников, изданных за последние 5 лет, источники периодических изданий (журнальные статьи и др.). Использование Интернет-ресурсов в объеме, не превышающем 10 % от общего количества источников. Список литературы должен быть оформлен единообразно с соблюдением государственного стандарта на библиографическое описание документа (ГОСТ Р 7.0.100-2018

Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления).

Приложения

В дипломной работе обязательно должны быть приложения. Как правило, по материалам вспомогательного характера, которые были использованы автором в процессе разработки темы. К таким материалам относятся:

- различные положения, инструкции, копии документов; на основе которых выполнена дипломная работа;
- схемы, графики, диаграммы, таблицы, которые нецелесообразно размещать в тексте, так как они носят прикладной или иллюстративный характер;
- методики, диагностики, которые использованы автором дипломной работы в процессе изучения явления;
- иллюстративный материал, в том числе и примеры, на которые имеет место ссылка в тексте. В тексте дипломной работы дается ссылка на каждое приложение. Приложения оформляются на последних страницах работы и не входят в ее объем.

7. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИЗЛОЖЕНИЮ И СТИЛЮ ТЕКСТА

При написании дипломной работы очень важно не только то, как Вы раскроете тему, какие используете источники, но и язык, стиль, общая манера подачи содержания. Дипломная работа - это научное произведение. Поэтому она должна соответствовать требованиям этого жанра и писаться в стилистике научного текста. Для научного текста характерен формально-логический способ изложения, подчиняющий себе все используемые автором языковые средства. Изложение такого рода должно быть целостным и объединенным

единой логической связью, поскольку преследует единую цель — обосновать и доказать ряд теоретических положений. В нем все направлено на решение поставленных задач и достижение конечной цели, которые четко прописываются во введении. В тексте является лишним и ненужным все то, что прямо не работает на реализацию цели: выражение эмоций, художественные красоты, пустопорожняя риторика. И используемые в нем средства выражения, прежде всего, должны отличаться точностью, смысловой ясностью. Ключевые слова научного текста - это не просто слова, а понятия. При написании дипломной работы следует пользоваться понятийным аппаратом, т. е. установленной системой терминов, значение и смысл которых должны быть для Вас не расплывчатыми, а четкими и ясными.

Научная речь предполагает использование определенных фразеологических оборотов, слов-связок, вводных слов, назначение которых состоит в том, чтобы показать логическое соотношение данной части изложения с предыдущей и последующей или подчеркнуть рубрикацию текста. Так, вводные слова и обороты, например «итак», «таким образом», показывают, что данная часть текста служит обобщением изложенного выше. Слова и обороты «следовательно», «отсюда следует, что...» свидетельствуют о том, что между сказанным выше и тем, что будет сказано сейчас, существуют причинно-следственные отношения. Слова и обороты «вначале», «во-первых», «во-вторых», «прежде всего», «наконец», «в заключение сказанного» указывают на место излагаемой мысли или факта в логической структуре текста. Слова и обороты «однако», «тем не менее», «впрочем», «между тем» выражают наличие противоречия между только что сказанным и тем, что сейчас будет сказано. Обороты «рассмотрим подробнее...» или «перейдем теперь к...» помогают более четкой рубрикации текста, поскольку подчеркивают переход к новой, не выделенной особой рубрикой части изложения. Синтаксис научного текста отличается обилием сложных предложений. Именно сложные, в особенности сложноподчиненные предложения способны адекватно передавать логические механизмы научной аргументации и причинно-следственные связи, занимающие важнейшее место в научном тексте. Показателем культуры научной речи и профессионализма исследователя является высокий процент в тексте сложносочиненных и сложноподчиненных предложений. Сплошной поток простых предложений производит впечатление примитивности и смысловой бедности изложения. Однако следует избегать слишком длинных, запутанных и громоздких сложных предложений, читая которые, к концу забываешь, о чем говорилось вначале.

Установившаяся традиционная форма подачи научного текста предполагает максимальную отстраненность от изложения личности автора с его субъективными предпочтениями, индивидуальными особенностями речи и стиля, эмоциональными оценками. Такой эффект отстраненности, безличного монолога достигается рядом синтаксических и стилистических средств, например, использованием безличных и неопределенно-личных конструкций, конструкций с краткими страдательными причастиями, например, «выявлено

несколько новых принципов», ведением изложения от третьего лица и т. д. Кроме того, особенностью современного научного текста является почти полное исключение из употребления личного местоимения первого лица единственного числа — «я». Там, где автору нужно назвать себя в первом лице, используется местоимение множественного числа — «мы». Образуются конструкции «мы полагаем», «нам представляется», «по нашему мнению». Такое словоупотребление, во-первых, придает тексту видимость большей объективности. Во-вторых, когда авторство выражается местоимением «мы», создается впечатление, что за автором как единичным субъектом стоит группа людей — научная школа, направление, единомышленники. Наконец, использование слова «мы» вместо «я» выглядит скромнее и в силу этого более соответствует неписанным требованиям академического этикета: автор не выпячивает свой личный вклад, а наоборот, делает его достоянием всего ученого сообщества. Тем не менее, текст не должен сплошь пестреть словом «мы». Для стилистического разнообразия стоит прибегать и к другим конструкциям, обеспечивающим должный уровень безличности текста. В процессе подготовки выпускной квалификационной работы в качестве примера можно порекомендовать использовать следующие функционально-синтаксические и специальные лексические средства:

- средства, указывающие на последовательность изложения: *вначале; прежде всего; затем; во-первых (во-вторых и т. д.); впоследствии; после;*
- средства, указывающие на противопоставление отдельных тезисов изложения: *однако; в то же время, между тем, тогда как; тем не менее;*
- средства, указывающие на наличие причинно-следственных отношений: *следовательно; поэтому; потому что; благодаря; сообразуясь с; вследствие;*
- средства, отражающие переход изложения от одной мысли к другой: *прежде чем; обратимся к; рассмотрим, как; остановимся на; подчеркнем следующее;*
- средства, подытоживающие изложение или часть изложения: *итак; таким образом; значит; в заключение отметим; на основе сказанного;*
- *следовательно.*

Кроме того, в качестве рассматриваемых средств в ряде случаев могут выступать местоимения, прилагательные и причастия, как-то: *данный; этот; эти; такая; названные; упомянутые; указанные.* Несколько слов об общих стилистических «запретах», о которых необходимо помнить при подготовке текстов письменных работ. В содержании дипломной работы, как правило, не допускается применять:

- обороты разговорной речи, произвольные словообразования, в том числе профессионализмы;
- различные научные термины, близкие по своему значению для обозначения одного и того же понятия;
- иностранные слова и термины — при наличии русскоязычных аналогов;

- сокращения обозначений единиц физических величин — при их употреблении без цифр (кроме единиц физических величин в головках и боковиках таблиц и в расшифровках буквенных обозначений, входящих в формулы).

8. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

При написании дипломной работы на основе плана (или развернутого плана) рекомендуется составлять так называемый рабочий план каждого раздела (параграфа), что дает возможность систематизации изложения, облегчает достижение логической взаимосвязи и последовательности в раскрытии вопросов конкретного раздела. Кроме того, такой план позволяет научному руководителю оказать студенту заблаговременную помощь, что существенно сокращает объем последующих доработок.

Изложение материала в дипломной работе должно быть последовательным, основанным на фактическом материале по теме исследования. Все разделы дипломной работы (главы, параграфы, а также отдельные вопросы внутри параграфов) должны быть связаны между собой логическими переходами.

Иллюстрация отдельных положений дипломной работы цифровыми материалами из справочников, монографий и другой литературы, а также цитаты различных авторов и произвольное изложение заимствованных принципиальных положений обязательно должны сопровождаться соответствующими ссылками на источники.

Текст дипломной работы должен быть напечатан на компьютере; междустрочный интервал – полуторный; шрифт – Times New Roman; кегль – 14pt.

Минимальный объем работы без приложений должен составлять не менее 50 и не более 60 страниц. Большие таблицы, иллюстрации и распечатки с компьютера допускается выполнять в виде приложений на листах чертежной бумаги формата А3 (297*420). Объем приложений не ограничивается.

Параметры страницы: отступы слева – 3 см, справа – 1 см, сверху и снизу – 2 см.

Номер страницы ставится внизу справа шрифтом № 12.

Абзацы в тексте следует начинать с отступа, равного 1,25.

Титульный лист оформляется по определенному образцу (Приложение 3) и содержит информацию об учебном заведении, в котором выполнена работа, название работы, фамилии студента и руководителя, год написания дипломной работы.

Слова «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список нормативных правовых актов и используемых источников» записывают симметрично

тексту (по центру), с прописной буквы, включают в содержание дипломной работы. Данные заголовки не нумеруют.

Задание и календарный график на выполнение дипломной работы брошюруется в папке текстовых документов после титульного листа, оно не нумеруется и не включается в общее количество листов.

Содержание представляет собой отдельную страницу, на которой отражены составные части работы и показаны номера страниц каждой из них (Приложение 4). Страница содержания нумеруется со страницы 2.

Основная часть дипломной работы состоит из глав, разделов, подразделов, пунктов и подпунктов (при необходимости). Главы должны иметь порядковые номера в пределах всей дипломной работы, обозначенные арабскими цифрами с точкой в конце. Разделы должны иметь нумерацию в пределах каждой главы. Номер раздела состоит из номера главы и номера раздела, разделенных точкой. В конце номера раздела ставится точка.

Заголовки глав и разделов следует записывать с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая, выравнивая по центру. Заголовки глав выполняют стилем Глава 1. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

Расстояние между заголовком и текстом должно равняться двум межстрочным интервалам, а между заголовками главы и раздела – одному. Каждую главу дипломной работы рекомендуется начинать с нового листа (страницы).

Пункты нумеруются в пределах раздела. Номер пункта должен состоять из номеров главы, раздела и пункта, разделенных точками. Пункты, как правило, заголовков не имеют и при необходимости могут быть разбиты на подпункты, которые должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждого пункта, например 4.2.1.1, 4.2.1.2 и т. д. В конце номера пункта и подпункта ставится точка.

В тексте дипломной работы могут быть перечисления. Перед каждой позицией перечисления следует ставить дефис или, при необходимости ссылки на один из пунктов перечисления, строчную букву, после которой ставится скобка (без точки). Если нужна дальнейшая детализация перечислений, используют арабские цифры, после которых ставится скобка, а запись производится с абзацного отступа.

Каждый пункт, подпункт и перечисление следует записывать с абзацного отступа.

Формулы, содержащиеся в дипломной работе, располагают на отдельных строках, нумеруют сквозной нумерацией арабскими цифрами, которые записывают на уровне формулы справа в круглых скобках. Одну формулу обозначают (1). Непосредственно под формулой приводится расшифровка символов и числовых коэффициентов, если они не были пояснены ранее в тексте. Первая строка расшифровки начинается словом «где» без двоеточия после него. Выше и ниже каждой формулы должно быть

оставлено не менее одной свободной строки.

Пример.

Текущая стоимость C потока ежегодных выгод B через время T может быть рассчитана по формуле:

$$C = \frac{B_1}{1+r} + \frac{B_2}{(1+r)^2} \dots + \frac{B_T}{(1+r)^T}, \quad (1)$$

где r – процентная ставка.

Допускается нумерация формул в пределах главы. В этом случае номер формулы состоит из номера главы и порядкового номера формулы, разделенных точкой, например (2.4).

Формулы в приложениях должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения, с добавлением перед каждой цифрой буквенного обозначения приложения, например (В. 1).

Согласно этике научного изложения, необходимо строго следить за правильностью цитирования и соответствием ссылок на источники, разделять упоминаемые в работе результаты (идеи, гипотезы и т. п.) разных авторов и ссылаться на каждого из них отдельно. Способ, форма изложения материала должны облегчить понимание дипломной работы, в том числе того, какие из результатов (идей, гипотез и т. д.), используемых в работе, являются авторскими, а какие – продуктом чужого творчества или уже общепринятыми.

При ссылке на главы, разделы, формулы, перечисления следует указывать их порядковые номера, например «... в главе 3», «... по п. 3.3.4.», «... перечисление а», «... в формуле (3)».

Сокращение слов в тексте не допускается, кроме установленных ГОСТ Р 7.0.12-2011 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на русском языке. Общие требования и правила. Условные буквенные и графические обозначения должны соответствовать ГОСТ 2.105-95 ЕСКД. Обозначения единиц физических величин необходимо применять согласно ГОСТ 8.417-2002.

Текст дипломной работы должен быть кратким, четким и не допускать неоднозначных толкований.

В тексте дипломной работы не допускается:

– сокращать обозначения единиц физических величин, если они употребляются без цифр, за исключением единиц физических величин в таблицах и в расшифровках буквенных обозначений, входящих в формулы и рисунки;

– использовать в тексте математический знак минус (-) перед отрицательными значениями величин. Нужно писать слово «минус»;

– употреблять знаки (<, >, =, №, %) без цифр.

Числовые значения величин с обозначением единиц физических величин и величин счета следует писать цифрами, а число без обозначений единиц физических величин и единиц счета от единицы до девяти – словами.

Если в тексте дипломной работы приводится ряд числовых значений, выраженных в одной и той же единице физической величины, то ее указывают только после последнего числового значения, например 1, 1,5, 2 г.

В тексте дипломной работы перед обозначением параметра должно быть его пояснение, например текущая стоимость *C*.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц (см. рис.).

Таблица 1

Название таблицы

Головка						Заголовки граф
						Подзаголовки граф
						Строки

Боковик (графа для заголовков) Графы (колонки)

Рис. Пример оформления таблиц

Название таблицы размещается над таблицей, выполняется строчными буквами (кроме первой прописной) без знака препинания в конце. Заголовки граф и строк таблицы начинают с прописных букв.

Справа над названием таблицы размещается нумерационный заголовок, который состоит из слова «Таблица» и порядкового номера. Этот заголовок выделяется курсивом, например *Таблица 1*. Если таблица единственная в работе – ее не нумеруют, слово «Таблица» не ставится.

Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать таблицы в пределах главы. В этом случае номер таблицы состоит из номера главы и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

необходимости порядковые номера показателей указывают в боковике таблицы перед их наименованием.

Повторяющийся в графе таблицы текст, состоящий из одиночных слов, чередующихся с цифрами, допускается заменять кавычками. Если повторяющийся текст состоит из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических символов не допускается.

Разрешается помещать таблицу вдоль длинной стороны листа.

На все таблицы дипломной работы в тексте должны быть даны ссылки, которые состоят из сокращенного слова «табл.» и ее номера.

К тексту и таблицам могут даваться примечания. Причем для таблиц текст примечаний должен быть приведен в конце таблицы над линией, обозначающей ее окончание. Примечания следует выполнять с абзаца с прописной буквы. Если примечание одно, его не нумеруют и после слова «Примечание» ставится тире; текст примечания следует начинать также с прописной буквы. Несколько примечаний нумеруют по порядку арабскими цифрами без точки после них.

Иллюстрации, схемы и графики должны выполняться с применением чертежных приборов. Иллюстрации могут быть расположены как в тексте дипломной работы, так и в приложении. Их следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией, за исключением иллюстраций приложений. Если рисунок в работе один, то его не нумеруют. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах главы, например Рис. 1.1.

Иллюстрации могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисуночный текст). В состав подписи рисунка входят: условное обозначение «Рис.», порядковый номер и наименование, например Рис. 1. Этапы управления кадрами.

Ссылки на иллюстрации дают по типу «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах главы.

Иллюстрации, таблицы, текст вспомогательного характера допускается давать в виде приложений.

Приложение оформляют как продолжение дипломной работы на последующих его листах. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху слова «Приложение», после которого следует арабская цифра, обозначающая его последовательность.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично тексту с прописной буквы отдельной строкой. Если в дипломной работе одно приложение, оно обозначается «Приложение». В тексте дипломной работы на все приложения должны быть даны ссылки, например «... в приложении 2».

Оформление сносок.

Чтобы пояснить отдельные данные, приведенные в дипломной работе, их следует обозначать надстрочными знаками сноски. Для этого на панели инструментов Microsoft Word необходимо нажать на закладку «Вставка» → «Ссылка» → «Сноска», в появившемся окне выбрать нужные параметры («Нумерация» → на каждой странице) → нажать «Вставить». Сноски ставятся внизу страницы слева шрифтом № 10. Образец оформления сноски приведен в приложении 4а.

Список использованной литературы размещается в конце дипломной работы (перед приложениями) и составляется в алфавитном порядке в следующей последовательности:

- нормативно-правовые акты;
- литература;
- периодические издания;
- электронные ресурсы;
- материалы судебной практики.

Иностранное издание и издания на других языках приводятся в списке после литературы на русском языке.

Образец оформления литературных источников приведен в приложении 5.

В списке литературы обязательно должны быть книги из Электронной библиотечной системы IPR BOOKS. Список использованной литературы должен быть выполнен в соответствии с ГОСТ Р 7.0.100-2018 Библиографическая запись. Библиографическое описание.

Сокращения в библиографическом описании выполняются по ГОСТ Р 7.0.12-2011 Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках. Не сокращаются: заглавия во всех областях описания, наименования мест изданий (городов).

9. ТРЕБОВАНИЯ К ИЛЛЮСТРАЦИЯМ

Графическая часть дипломной работы является необходимым условием ее оформления. Она может быть представлена в виде рисунков, схем, таблиц, графиков, диаграмм и слайдов для презентации, которые должны наглядно дополнять и подтверждать изложенный в тексте материал. Студенту следует обдумать, какой материал проиллюстрировать при защите работы. Графическая и раздаточная часть визируется руководителем и оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ.

Рекомендуемое количество графических приложений формата А1 или раздаточного материала формата А4 должно быть не менее трех листов. Копии иллюстраций в уменьшенном масштабе должны находиться в соответствующем месте дипломной работы (после страницы, на которой сделана ссылка на данную иллюстрацию) или в приложении и брошюроваться с основным материалом.

Перечень рекомендуемых плакатов составляется по согласованию с

руководителем дипломной работы. Готовятся экземпляры иллюстраций в качестве раздаточного материала членам ГЭК (на бумаге формата А4).

Руководитель дипломной работы может сократить количество обязательных плакатов и ввести новые, объединить несколько плакатов в один за счет уменьшения их формата, так как иллюстрации должны подчеркивать специфику каждой дипломной работы.

Плакаты-приложения к дипломной работы должны быть яркими, красочными, разнообразными, с хорошей графикой, чтобы они были отчетливо видны членам комиссии и гостям на защите, а также заинтересованной аудитории.

10. СТРУКТУРА ДОКЛАДА ВЫПУСКНИКА

При подготовке текста доклада следует использовать содержание введения и заключения дипломной работы, из которых необходимо взять все самое важное и значимое. Особое внимание нужно уделить четкости и лаконизму формулировок.

Общая структура доклада выпускника должна соответствовать структуре представленных иллюстраций, поскольку они необходимы для доказательства, демонстрации того или иного подхода, результата или вывода.

Примерная схема доклада на защите дипломной работы

Уважаемые члены экзаменационной комиссии!

Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему
«_____».

Разрешите доложить основные результаты дипломного исследования.

(Далее необходимо сказать несколько слов об актуальности темы дипломной работы, о ее важности и значимости. Эта часть берется из введения дипломной работы).

Актуальность и значимость проблем _____ предопределили выбор темы дипломного исследования.

Целью дипломной работы является изучение, анализ и обобщение проблем (вопросов)_____.

Целевая направленность исследования обусловила необходимость решения следующих задач:

1. Анализ и обобщение материалов по избранной теме из литературных источников и результатов практической деятельности организаций (предприятий).

2. Выявление закономерностей в области _____, положительных моментов и недостатков в этой сфере.

3. Определение способов и средств по устранению выявленных недостатков и путей повышения эффективности решения исследуемой проблемы.

Предметом дипломного исследования явились вопросы_____.
Объектом исследования избраны_____.

По результатам проведенного дипломного исследования сделаны следующие выводы (выводы берутся из заключения дипломной работы).

Первый вывод в любой дипломной работе должен еще раз подтвердить актуальность и важность ее проблематики. Остальные выводы формулируются на основе содержания конкретной работы и могут не соответствовать предлагаемой схеме. Количество выводов должно быть не менее трех-четырех.:

Во-первых. Работа, проведенная в рамках дипломного исследования, подтвердила актуальность его темы. На сегодняшний день решение проблем особенно важно_____ для_____.

Во-вторых. В российской и зарубежной научной литературе предлагаются различные подходы к решению вопросов_____(или: среди изученных точек зрения российских и зарубежных авторов по проблеме _____ нет _____ единства _____ мнений относительно_____).

В-третьих. Наиболее распространенной точкой зрения на решение проблемы_____ является_____.

(Здесь необходимо кратко раскрыть основное содержание используемых подходов к решению проблемы. Дать им свою оценку, т. е. отметить их положительные и отрицательные стороны, возможность и проблемы практического использования и вероятный эффект от их применения).

Нами предложено_____.

(Здесь желательно дать хотя бы одну рекомендацию – предложение относительно выбранной темы дипломного исследования).

Спасибо за внимание!

Продолжительность выступления не должна превышать 7-10 мин. Оно должно быть четким и лаконичным. Его необходимо несколько раз прочитать вслух до защиты, например, накануне вечером. Выступая на защите, желательно не механически зачитывать текст, а говорить свободно.

11. ТРЕБОВАНИЯ К ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Презентация создается в программе PowerPoint. Рекомендуемое количество слайдов 10-13. На них выносят основные графики, схемы, таблицы, фотографии и т.д. в соответствии с докладом.

2. На 1 слайде указывается наименование колледжа, направление подготовки (специальность), тема выпускной квалификационной работы, ФИО выпускника, ФИО руководителя и рецензента дипломной работы.

3. На слайде 2 отражается цель, задачи, объект и предмет дипломной работы

4. На 3 слайде и последующих слайдах, отражается содержание основной части дипломной работы (наиболее значимые моменты). Соотношение слайдов теоретической и практической части 1:4.

5. Два последних слайда должны содержать заключение (выводы) по итогам выполнения дипломной работы.

6. Слайды, отражающие содержание практической части дипломной работы, должны быть проиллюстрированы фотографиями/видео с мест преддипломной практики (по возможности).

7. Презентация выполняется в едином стиле, с использованием не более 2 элементов анимации на каждом слайде. Цветовая гамма и использование анимации не должны препятствовать адекватному восприятию информации.

8. Демонстрация презентации проводится в ручном режиме.

9. Продолжительность презентации – 7-10 мин. (в зависимости от текста выступления на защите дипломной работы).

12. РУКОВОДИТЕЛЬ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

В целях оказания студенту теоретической и практической помощи в период подготовки и написания дипломной работы предметно-методическая комиссия предоставляет ему руководителя. Как правило, им является преподаватель предметно-методической комиссии, под руководством которого студент проходил преддипломную практику.

Руководитель дипломной работы обязан:

1) обеспечить выполнение графика по выполнению и защите дипломной работы (приложение 9);

2) оказать практическую помощь студенту в выборе темы дипломной работы и разработке плана ее выполнения;

3) выдать задание на дипломной работы;

4) оказать помощь в выборе методики проведения исследования;

5) дать квалифицированную консультацию по подбору литературных источников и фактических материалов, необходимых для выполнения работы;

6) осуществлять систематический контроль за ходом выполнения дипломной работы в соответствии с разработанным графиком и планом;

7) дать общую оценку качества выполнения дипломной работы и ее соответствия требованиям, предъявляемым к ней (приложение 8);

8) выявить степень готовности студента к защите дипломной работы.

Обучающемуся необходимо периодически (по обоюдной договоренности, примерно раз в неделю) информировать руководителя о ходе подготовки дипломной работы, консультироваться по вызывающим затруднения или сомнения вопросам, обязательно ставить в известность о

возможных отклонениях от утвержденного графика выполнения работы.

Обучающемуся следует иметь в виду, что руководитель не является ни соавтором, ни редактором дипломной работы и поэтому не должен исправлять все имеющиеся в работе теоретические, методологические, стилистические и другие ошибки.

На различных стадиях подготовки и выполнения дипломной работы задачи руководителя меняются.

После написания, дипломной работы проходит контроль в следующей последовательности:

1. Проверка на антиплагиат (приложение 8).
2. Нормоконтроль (приложение 8).
3. Заключение председателя предметно-методической комиссии о готовности дипломной работы к защите (приложение 8).
4. Получение отзыва руководителя (приложение 7)
5. Рецензирование дипломной работы (приложение 6).
6. Получение допуска к защите у зам.директора по учебной и методической работе (подпись и печать на тит.листе).

Дипломная работа должна быть сдана предметно-методической комиссии не позднее, чем за пять рабочих дней до начала государственной итоговой аттестации.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Частное профессиональное образовательное учреждение
«БАШКИРСКИЙ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (БЭК)

Председателю ПМК
Дизайна и рекламы
В.Д. Зиновьевой
От студента ____ курса
Группы _____
Специальности 42.02.01 Реклама

ФИО студента

тел. студента

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу Вас разрешить мне писать дипломную работу на тему

« _____

_____»

С назначением руководителя _____

виза руководителя

дата, подпись студента

Частное профессиональное образовательное учреждение
«БАШКИРСКИЙ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (БЭК)

ЗАДАНИЕ НА ВЫПОЛНЕНИЕ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

По специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки)

Студенту _____
(Ф.И.О. студента)

1. Тема работы

2. Целевая установка

3. Основные разделы дипломной работы:

Введение _____

Глава 1. _____

Глава 2. _____

Заключение _____

4. Основная рекомендуемая литература _____

5. Календарный график выполнения дипломной работы

Выполнение работы и мероприятия	Срок выполнения	Отметка о выполнении и решение руководителя
1	2	3
1. Подбор литературы, ее изучение и обработка. Составление библиографии по основным источникам		
2. Составление плана дипломной работы и согласование его с руководителем		
3. Разработка и представление на проверку введения и первой главы		
4. Накопление, систематизация и анализ практических материалов		
5. Разработка и представление на проверку второй главы		
6. Переработка (доработка) работы в соответствии с замечаниями		
7. Согласование с руководителем выводов и предложений		
8. Проверка работы на антиплагиат, прохождение		

Частное профессиональное образовательное учреждение
«БАШКИРСКИЙ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (БЭК)

Предметно-методическая комиссия
Дизайна и рекламы

Специальность 42.02.01 Реклама (базовой подготовки)

Допустить к защите:
Заместитель директора
по учебной и методической
работе

_____ С.А.Ларцева
«__» _____ 20__ г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Тема: «_____»

Студент: _____

ФИО студента (полностью)

подпись студента

«__» _____ 20__ г.

Руководитель дипломной работы:

Иван Иванович Иванов

подпись руководителя

«__» _____ 20__ г.

Уфа

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы разработки фирменного стиля.....	5
1.1 Понятия, виды полиграфической рекламы	5
1.2 Фирменный стиль и его роль в создании благоприятного имиджа компании	12
1.3 Этапы создания фирменного стиля к как особого вида графического дизайна	19
Глава 2. Разработка фирменного стиля для компании	25
2.1 Рекламный бриф и обоснования дизайн-концепции фирменного стиля.....	25
2.2 Работа над основными элементами фирменного стиля и имеджевой линейкой	34
Заключение	46
Список нормативных правовых актов и используемых источников	50
Приложения	

Приложение 4а

Глава 1. Государственные пособия гражданам, имеющим детей: общая характеристика.

1.1 Государственные пособия: понятия, виды

Еще задолго до появления электричества, первых автомобилей и других достижений науки и техники существовали пособия, но законодательства о пособиях в те времена вряд ли существовало, по крайней мере упоминаний о них в исторических источниках исследователи не находят. Первые упоминания о пособиях появились в I веке до н.э. в Древнем Риме – там имелось некое подобие регулирования сферы социального обеспечения определенных слоев общества путем создания, так называемых коллегий самопомощи. Свободные граждане Рима, принадлежащие к средним и бедным слоям римского общества, могли получить из коллегий самопомощи определенные средства для существования. Данными средствами, как правило, пользовались старики, свободные граждане, получившие какие-либо увечья или же лица, переносящие в данный момент тяжелую болезнь¹.

Говоря о социальной политике древних государств с рабовладельческим строем, необходимо сделать акцент на том обстоятельстве, что многие из них выделяли средства и для помощи воинам, получившим в военных действиях серьезные травмы и для детей, погибших в боях воинов и их жен. Данное явление можно назвать прототипом меценатства, но законодательно данный вид помощи закреплен не был.

1.2 Категории граждан, имеющие право на получение пособий

Первые юридически закрепленные примеры социальной помощи были документированы в эпоху феодального строя.

¹ Право социального обеспечения: учебник для бакалавров/ Отв. ред. Е.Е. Мачульская.– М.: Проспект, 2014.– С.29

Список нормативных правовых актов и используемых источников

1. Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 18.07.2011) «О рекламе» [Электронный ресурс]

www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116655

2. Литература

Книги с одним автором:

13. Рябков В. М. Историография функций культурно-досуговых учреждений (вторая половина XX – начало XXI вв.) : учеб. пособие / В. М. Рябков ; МГУКИ. – Москва : Изд-во МГУКИ, 2010. – 212 с. – ISBN 987-5-9772-0162-9.

При наличии сведений об издании:

14. Кузьмина С. Ф. История русской литературы XX века : Поэзия Серебряного века : учеб. пособие / С. Ф. Кузьмина. – 2-е изд. – Москва : Флинта : Наука, 2009. – 396 с. – ISBN 978-5-89349-622-2 (Флинта). – ISBN 978-5-02-033000-9 (Наука).

При наличии серии:

15. Алешина Л. С. Ленинград и окрестности : справ.-путеводитель / Л. С.

Алешина. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Искусство ; Лейпциг : Эдицион, 1990. – 479 с. : ил. – (Памятники искусства Советского Союза). – ISBN 5-210-00125-3.

Без издательства:

16. Симоненко В. Е. Схемы разводки в русских народных хорах и хороводах : графическое пособие / В. Е. Симоненко. – Санкт-Петербург : [б. и.], 1998. – 11 с. : ил.

Книги с двумя авторами:

17. Бунатян Г. Г. Прогулки по рекам и каналам Санкт-Петербурга : путеводитель / Г. Г. Бунатян, М. Г. Чарная. – Санкт-Петербург : Паритет, 2007. – 254 с. – ISBN 978-5-93437-164-8.

Книги с тремя авторами:

18. Гриханов Ю. А. Библиотечные фонды: стратегия развития / Ю. А. Гриханов, Н. З. Стародубова, Н. И. Хахалева ; РГБ. – Москва : Пашков дом, 2008. – 143 с. – ISBN 978-5-7510-0404-0.

Книги с четырьмя авторами

Описываются под заглавием. За косой чертой указывают всех авторов.

19. Информационно-библиографическая культура : учеб. пособие / В. В. Брежнева, Т. В. Захарчук, А. А. Грузова, М. И. Кий ; СПбГИК. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2017. – 203 с. – ISBN 978-5-94708-243-2.

Книги с пятью и более авторами:

Описываются под заглавием. Допускается сокращать – перечислить первых 3-х с обозначением [и др]. Можно, если это необходимо, привести всех авторов.

20. Физическая культура и здоровый образ жизни : учеб. пособие / В. С. Кунарев, И. И. Башмашникова, В. Н. Бледнова [и др] ; Учеб.-метод. об-ние по направлениям пед. образования, Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург : Изд-во Рос. гос. пед. ун-та им. А. И. Герцена, 2009. – 138 с. – ISBN 978-5-8064-1465-7.

Или

21. Физическая культура и здоровый образ жизни : учеб. пособие / В. С. Кунарев, И. И. Башмашникова, В. Н. Бледнова, Е. Н. Кораблева, А. А. Фроленков ;

Учеб.-метод. пособие по направлениям пед. образования, Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург : Изд-во Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена, 2009. – 138 с. – ISBN 978-5-8064-1465-7.

Словари и энциклопедии:

22. Новейший культурологический словарь : термины, биограф. справки, иллюстрации / сост. В. Д. Лихвар, Е. А. Подольская, Д. Е. Погорелый. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 411 с. : ил. – ISBN 978-5-222-16480-8.

23. Новая Российская энциклопедия. В 12 т. Т. 8 (2). Когезия – Костариканцы / ред. А. Д. Некипелов. – Москва : Энциклопедия, 2011. – 480 с. : ил. – ISBN 978-5-94802-041-9.

3. Периодические издания

24. Ивонина Л. И. Придворная жизнь в эпоху Карла II Стюарта / Л. И. Ивонина // Вопросы истории. – 2010. – № 11. – С. 110–123.

25. Сысоева Е. А. Роль библиотечного фонда в формировании правовой, технологической и графической культуры школьников и студентов / Е. А. Сысоева, М. В. Непобедный // Библиотековедение. – 2010. – № 2. – С. 28–33.

26. Модель активной электронной библиотеки университета на основе сервиса опережения запроса / Р. А. Барышев, О. И. Бабина, М. М. Манушкина, И. А. Цветочкина // Научные и технические библиотеки. – 2019. – № 5. – С. 49–66.

27. Выборы вице-президентов РБА: позиции кандидатов / Н. Н. Квелидзе-Кузнецова, И. Б. Михнова, Р. А. Барышев [и др.] // Университетская книга. – 2019. – № 3. – С. 20–29.

Статья опубликована в нескольких номерах журнала:

28. Воловник А. Эффект Бильбао / А. Воловник // Мир музея. – 2018. – № 8. – С. 48–49 ; № 9. – С. 44–46.

Статья из газеты:

29. Хохрякова С. Просто жить: итоги кинофестиваля «Сталкер» / С. Хохрякова // Культура. – 2010. – 23 дек. – С. 8.

4. Электронные ресурсы

Сайты в сети интернет

30. Российская государственная библиотека : официальный сайт. – Москва, 1999 – . – URL: <http://www.rsl.ru> (дата обращения 26.06.2019).

31. Правительство Российской Федерации : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://government.ru> (дата обращения: 19.02.2018).

Статьи с сайтов

32. Порядок присвоения номера ISBN // Российская книжная палата : [сайт]. – 2018. – URL: <http://bookchamber.ru/isbn.html> (дата обращения: 22.05.2018).

33. Янина О. Н. Особенности функционирования и развития рынка акций в России и за рубежом / О. Н. Янина, А. А. Федосеева // Социальные науки: social-economic sciences. – 2018. – № 1. – URL: http://academymanag.ru/journal/Yanina_Fedoseeva_2.pdf (дата обращения: 04.06.2018).

Книги из ЭБС

34. Непейвода С. И. Грим : учебное пособие / С. И. Непейвода. – 3-е, стер. – Санкт-Петербург : Лань : Планета музыки, 2019. – URL: <https://e.lanbook.com/book/112770> (дата обращения 24.05.2019). – Режим доступа: по подписке СПбГИК.

35. Информационные технологии / Е. З. Власова, Д. А. Гвасалия, С. В. Гончарова, Н. А. Карпова ; Рос. гос. пед. ун-т им. А. И. Герцена. – Санкт-Петербург : РГПУ им. А. И. Герцена, 2011. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428377> (дата обращения 23.03.2019). – Режим доступа: по подписке СПбГИК.

Книги из Электронной библиотеки СПбГИК

36. Бородина В. А. Читателеведение: наука, образование, практика / В. А. Бородина ; ред., авт. предисл. Г. В. Варганова ; СПбГИК. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2018. – URL: <http://elibrary.spbguki.ru/955621/view> (дата обращения 26.06.2019).

37. Информационно-библиографическая культура : учеб. пособие / В. В. Брежнева, Т. В. Захарчук, А. А. Грузова, М. И. Кий ; СПбГИК. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2017. – URL: <http://elibrary.spbguki.ru/708668063/view> (дата обращения

27.06.2019).

Электронные ресурсы в локальной сети

38. Бородина В. А. Читателеведение в системе коммуникационной деятельности библиотек : учеб. пособие / В. А. Бородина, Ю. Ф. Андреева. – Санкт-Петербург : СПбГИК, 2018. – Режим доступа: локальная сеть СПбГИК.

Диски:

39. Менеджмент качества и деятельность библиотек / Ком. по культуре Санкт-Петербурга, Центр. гор. публ. б-ка им. В. В. Маяковского. – Санкт-Петербург : Центр. гор. универс. б-ка им. В. В. Маяковского, 2009. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: IBM PC, Windows 95 и выше. – Загл. с контейнера.

РЕЦЕНЗИЯ

На дипломную работу студента

_____,
Ф.И.О. студента

выполненную на тему: « _____ »
_____»

1. Актуальность темы дипломной работы

_____.

2. Оценка содержания работы

_____.

3. Практическая значимость _____

_____.

4. Замечания _____

_____.

5. Общая оценка выполненной работы

_____.

РЕЦЕНЗЕНТ

квалификационная категория
звание, должность, место работы

Подпись

/ _____ /
Ф.И.О.

Частное профессиональное образовательное учреждение
«БАШКИРСКИЙ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (БЭК)

Предметно-методическая комиссия
Дизайна и рекламы»
Специальность 42.02.01 Реклама (базовой подготовки)

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

На дипломную работу студента

_____ ,
Ф.И.О. студента

выполненную на тему _____

1. Актуальность работы

_____ .

2. Оценка содержания дипломной работы

_____ .

3. Положительные стороны работы студента

_____ .

4. Степень овладения общими и профессиональными компетенциями,
соответствующими определенному тематикой дипломной виду
профессиональной деятельности

5. Общая оценка дипломной работы _____

Руководитель
дипломной работы

(подпись)

(ФИО)

_____ (квалификационная категория, ученая степень, звание, должность, (место работы-для сторонних руководителей))

Частное профессиональное образовательное учреждение
«БАШКИРСКИЙ ЭКОНОМИКО-ЮРИДИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (БЭК)

Предметно-методическая комиссия
Дизайна и рекламы

Специальность 42.02.01 Реклама (базовой подготовки)

ЛИСТ ДОПУСКА СТУДЕНТА К ЗАЩИТЕ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Студент _____

Группа _____

Тема дипломной работы _____

Антиплагиат	
Оригинальность текста составляет	_____ %
Допустить к защите:	_____ /С.Н.Бузаева/
Дата проверки:	«_____» _____ 20__ г.
Нормоконтроль	
Допустить к защите:	_____ /В.Д.Зиновьева/
Дата проверки:	«_____» _____ 20__ г.
Заключение председателя ПМК	
Допустить к защите:	_____ /В.Д.Зиновьева/
Дата проверки:	«_____» _____ 20__ г.

График по выполнению и защите дипломной работы *

Мероприятие	Срок
Ознакомление студентов с программой ГИА, требованиями к ВКР, а также критериями их оценки	Не позднее, чем за 6 месяцев до начала ГИА
Представление студентами заявлений на утверждение темы и назначение руководителя ВКР. Приказ о закреплении тем и	Не позднее, чем за 5 месяцев до начала ГИА
Разработка и выдача индивидуальных заданий на дипломную работу и графиков ее выполнения	В течении 2 недель после подписания приказа о закреплении тем и назначении руководителей ВКР
Проведение индивидуальных консультаций по выполнению дипломной работы (по утвержденному графику)	В период подготовки ВКР
Преддипломная практика	По календарному графику учебного процесса
Предоставление законченной дипломной работы на ПМК	За 5 рабочих дней до начала ГИА
Приказ о допуске студентов к ГИА	За 1 рабочий день до начала ГИА
Защита дипломной работы	Согласно расписанию ГИА

*С графиком по выполнению и защите дипломной работы студент должны быть ознакомлены под подпись.

Порядок расположения документов при прошивке дипломной работы

1. Титульный лист дипломной работы (не нумеруется).
2. Задание и календарный график на выполнение дипломной работы (не нумеруется).
3. Содержание дипломной работы.
4. Введение.
5. Содержание главы 1. Теоретическая часть.
6. Содержание главы 2. Практическая часть.
7. Заключение.
8. Список нормативно-правовых актов и используемых источников.
9. Приложения (не нумеруется).
10. Лист допуска студента к защите дипломной работы
11. Рецензия (не нумеруется).
12. Отзыв руководителя (не нумеруется).

ВАЖНО: Вкладываются в отдельный файл, в конце работы, и к работе не подшиваются документы под №10-12.