Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

СОГЛАСОВАНО
ИП Цыпкус А.О.
_____ Цыпкус А.О.
«10» декабря 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж
_____ Дроздова А.А.
«10» декабря 2025 г.
Приказ № 44 от 10.12.2025

ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

выпускников

ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

по специальности

42.02.01. Реклама

Рассмотрено на заседании педагогического совета
протокол № 3 от 10.12.2025г.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 023E64C10045B2088D40F871E1167DD018
Владелец: Дроздова Анна Александровна
Действителен: с 13.12.2024 до 13.03.2026

Вологда
2025г.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа Государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама и устанавливает правила организации и проведения ГИА, требования к использованию средств обучения при аттестации, правила подачи и рассмотрения апелляции.

Программа Государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама (приказ Министерства образования и науки № 510 от 12 мая 2014).

Согласно ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама выпускник, освоивший программу подготовки специалистов среднего звена по квалификации специалист по рекламе, должен быть готов к выполнению следующих видов профессиональной деятельности:

- разработка и создание дизайна рекламной продукции;
- производство рекламной продукции;
- маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;
- организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Государственная итоговая аттестация выпускников осуществляется в соответствии с Федеральным Законом № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012г., Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (приказ Министерства образования и науки № 510 от 12 мая 2014), Приказом Министерства просвещения Российской Федерации № 762 от 24.08.2022 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования», Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 08 ноября 2021г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования», Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования в ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж.

Основной целью государственной итоговой аттестации в соответствии с Федеральным Законом № 273-ФЗ от 29.12.2012 «Об образовании в Российской Федерации» является определение соответствия результатов освоения выпускниками основной профессиональной программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалистов среднего звена), соответствующей требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалистов среднего звена) (далее – ОПОП СПО – ППССЗ), соответствующей требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, у выпускника должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший ОПОП СПО – ППССЗ, должен обладать следующими общими компетенциями (далее – ОК):

– 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.

Выпускник, освоивший программу подготовки специалистов среднего звена, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее – ПК), соответствующим основным видам профессиональной деятельности:

– ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

– ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

– ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

– ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

– ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

– ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

– ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

– ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

– ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

– ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

– ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

– ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

– ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Объем времени на подготовку и проведение государственной итоговой аттестации – 6 недель: подготовка выпускной квалификационной работы – 4 недели, защита выпускной квалификационной работы – 2 недели.

Подготовка ВКР проводится с 18 мая по 15 июня. Защита выпускной квалификационной работы производится с 15 июня по 26 июня.

2 ФОРМЫ ГИА

Формой государственной итоговой аттестации по образовательной программе среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама в ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж является защита выпускной квалификационной работы (далее – ВКР).

Выпускная квалификационная работа способствует систематизации и закреплению знаний выпускника по специальности при решении конкретных задач, а также выяснению уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе. ВКР выполняется в виде дипломного проекта.

3 ПОДГОТОВКА ПРОВЕДЕНИЯ ГИА

ГИА проводится государственной экзаменационной комиссией (далее – ГЭК), которая создается Колледжем в порядке, установленным законодательством Российской Федерации. ГЭК является единой для всех форм обучения по специальности.

ГЭК формируется из числа педагогических работников Колледжа, ведущих дисциплины профессионального цикла и профессиональные модули по специальности 42.02.01 Реклама; лиц, приглашенных из сторонних организаций, в том числе: педагогических работников; представителей организаций-партнеров, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности выпускников по специальности 42.02.01 Реклама.

ГЭК возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность ГЭК, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам. Председателем ГЭК Колледжа утверждается лицо, не работающее в Колледже, из числа: руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность, соответствующую области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники по специальности 42.02.01 Реклама; представителей работодателей или их объединений, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники по специальности 42.02.01 Реклама.

Председатель ГЭК утверждается не позднее 20 декабря текущего года на следующий календарный год (с 1 января по 31 декабря) по представлению Колледжа Министерством образования Вологодской области.

Директор Колледжа является заместителем председателя ГЭК. В случае создания в Колледже ГЭК по нескольким специальностям назначается несколько заместителей председателя ГЭК из числа заместителей руководителя образовательной организации (руководителей структурных подразделений) или педагогических работников.

Состав ГЭК утверждается приказом директора Колледжа.

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

Для подготовки ВКР назначается руководитель, оказывающий выпускнику методическую поддержку.

Закрепление за выпускниками тем ВКР (дипломных проектов) (примерная тематика отражена в Приложении А), назначение руководителей осуществляется приказом директора Колледжа.

Программа ГИА доводится до сведения обучающихся, не позднее чем за шесть месяцев до начала ГИА.

4 ПРОВЕДЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1 Требования к выпускной квалификационной работе

Обучающемуся предоставляется право выбора темы ВКР (дипломного проекта), в том числе предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. Тематика должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в программу подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01. Реклама.

Обучающийся должен оформить заявление о закреплении за ним темы ВКР (дипломного проекта) за 6 месяцев до защиты, но не позднее 10 декабря текущего года на следующий календарный год.

Утверждение тем ВКР с указанием руководителей оформляется приказом директора Колледжа не позднее 17 декабря текущего года на следующий календарный год.

Темы дипломных проектов должны отвечать современным требованиям развития науки, техники, производства, экономики, культуры и образования.

Руководители ВКР назначаются директором Колледжа из числа преподавателей Колледжа и специалистов предприятий и организаций. Кроме руководителя дипломного проекта назначается нормоконтролер.

По утвержденным темам, руководители ВКР разрабатывают задание для каждого обучающегося. Задания рассматриваются на заседании цикловой комиссии, подписываются обучающимся и руководителем работы и утверждаются председателем цикловой комиссии за две недели до начала преддипломной практики. Задания на ВКР сопровождаются консультацией, в ходе которой разъясняются назначение и задачи, структура и объем работы, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей работы.

Общее руководство и контроль за выполнением ВКР осуществляется заместителем директора по учебно-методической работе, заведующим отделением и председателем цикловой комиссии в соответствии с должностными обязанностями.

Основные функции руководителя ВКР:

- разработка индивидуальных заданий на работу;
- консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения работы;
- оказание помощи студенту в подборе необходимой литературы и других источников информации;
- контроль хода выполнения работы;
- подготовка письменного отзыва на ВКР.

Основной обязанностью руководителя является определение направления работы, предостережение обучающегося от грубых ошибок. Руководитель не несет ответственности за ошибки в расчетах, недостатки в стиле и грамотности изложения материала, качестве его оформления. Подпись руководителя удостоверяет, что

работа выполнена в соответствии с заданием.

На заседаниях цикловой комиссии обсуждается ход работы, выполнение календарного плана всеми дипломниками, при необходимости принимаются меры дисциплинарного характера к обучающимся, отстающим от графика выполнения работы.

Отзыв руководителя должен содержать сведения, подтверждающие степень соответствия выпускника требованиям к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, а не характеристику работы.

В отзыве отмечается степень самостоятельности и уровень сформированности профессиональных компетенций, проявленных им в процессе написания работы, а также необходимо оценить уровень сформированности общих компетенций.

Данный документ должен быть напечатан и подписан руководителем с указанием его Ф.И.О., ученого звания и степени, должности и места работы. Подпись должна быть заверена печатью.

ВКР имеет следующую структуру:

– Титульный лист
– Календарный план
– Задание на выпускную квалификационную работу
– Содержание
– Введение (1-2 страницы), в котором раскрывается актуальность выбора темы, указываются поставленные цели и задачи, методы исследования, а также указывается объект и предмет исследования. Кроме того, во введении важно обозначить авторскую позицию по отношению к предмету исследования.
– Теоретическая часть, в которой содержатся теоретические основы изучаемой темы:

- описание теоретических положений (позиций, подходов, идей) через изучение исследуемого вопроса в литературе;
- анализ основных (базовых) двух-трех понятий, вытекающих из формулировки выбранной темы дипломной работы;
- описание методов, приемов, средств, путей и т.п., направленных на реализацию цели и задач дипломной работы.

Обучающийся должен проявить хорошее знание литературы по избранной тематике, выявить и охарактеризовать различные подходы к решениям задач, подобных поставленным. Обосновать свою собственную точку зрения и привести литературные данные, подкрепляющие ее. Таким образом, обучающийся должен показать свою теоретическую подготовленность, умение обобщать материал и систематизировать данные. Ему следует подробно описать современное состояние изучаемого вопроса. Период, за который просматривается литература, зависит от избранной темы, но он должен охватывать основные материалы, опубликованные по данному вопросу. При цитировании и для подтверждения высказываемых мыслей обязательны ссылки на источник литературы. Объем данного раздела должен составлять 20-25 страниц печатного текста.

– Практическая часть, должна решать выбранную проблему через описание ее реализации, оценки ее результативности. Практическая часть включает в себя описание разработки рекламной продукции.

В этот раздел может входить также и описание собственной деятельности студента, анализ и оценка результативности деятельности предприятий общественного питания.

Этот раздел является наиболее ответственным этапом выполнения ВКР. Круг изучаемых явлений должен увязываться с задачами, поставленными во введении, а вся работа должна быть подчинена решению этих задач.

Все обобщения, сделанные студентом во время работы, должны быть чётко аргументированы с опорой на литературные данные, подкреплены соответствующими расчётами и ссылками на фактические результаты и по возможности проиллюстрированы. Объём практической части должен составлять не менее 50% от общего объёма работы. К работе прилагается электронная версия разработанного рекламного продукта, содержащая исходные и конечные данные проекта. Актуальность разработанного рекламного продукта оценивается путем анализа данных, полученных при организации и проведении маркетинговых исследований по поставленному вопросу. Маркетинговое исследование может быть проведено в форме опроса потенциальных потребителей, эксперимента, наблюдения, фокус-группы и т.д. Результаты маркетингового исследования должны быть отражены в дипломном проекте с учетом установленных требований. Объем практической части должен составлять до 50% от общего объема работы.

– Заключение, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно возможностей практического применения полученных результатов. Заключение включает выводы и предложения и составляет 5-7 % от общего объема. Подводятся итоги проведенной работы, обобщенно излагаются выводы по главным вопросам, намечаются перспективы дальнейшей разработки темы.

– Выводы и предложения в заключении следует излагать в упорядоченном виде. Они могут быть систематизированы либо в соответствии с целями и задачами, изложенными во введении, либо в соответствии со структурой работы (главы и параграфы).

– Список используемых источников (не менее 15 источников).

– Приложения.

Объем ВКР должен составлять не менее 30, но не более 50 страниц печатного текста. Структура и содержание ВКР определяется руководителем работы при разработке задания на дипломный проект.

По завершении студентом ВКР, работа подписывается руководителем и консультантом по нормоконтролю и передается вместе с отзывом руководителя для рецензирования.

Выполненные выпускные квалификационные работы рецензируются. Для проведения рецензирования работа направляется рецензенту из числа лиц, не являющихся работниками Колледжа, либо организации, по материалам которой выполнена работа.

Рецензия должна включать: заключение о соответствии работы заданию; оценку качества выполнения каждого раздела; оценку оригинальности решений, теоретической и практической значимости работы; оценку ВКР в целом.

Рецензия должна быть напечатана и подписана рецензентом с указанием Ф.И.О., ученого звания, степени, должности и места работы. Подпись должна быть заверена печатью. Содержание рецензии доводится до сведения студента не позднее, чем за день до защиты ВКР, внесение изменений в работу после получения рецензии не допускается.

Выпускная квалификационная работа, отзыв и рецензия передаются в ГЭК не позднее чем за два календарных дня до защиты работы.

4.2 Порядок проведения защиты выпускной квалификационной работы

Защита ВКР проводится на открытом заседании ГЭК с участием не менее двух третей ее состава.

На заседание предоставляются следующие документы:

- Требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама
- Программа государственной итоговой аттестации;
- Приказ директора Колледжа о допуске обучающихся к государственной итоговой аттестации;
- Приказ о закреплении тем и руководителей за обучающимися по специальности 42.02.01 Реклама;
- Сведения об успеваемости обучающихся;
- Зачетная книжка обучающегося;
- Протокол заседания государственной экзаменационной комиссии.

На защиту ВКР (дипломного проекта) отводится 15 минут в том числе: доклад студента (7-10 минут), чтение отзыва и рецензии; ответы студента на вопросы членов комиссии и руководителя.

5 ОЦЕНИВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ГИА

Решения государственных экзаменационных комиссий принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном числе голосов голос председательствующего на заседании государственной экзаменационной комиссии является решающим.

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

Оценка «Отлично» выставляется в том случае, если демонстрируется сформированность общих и профессиональных компетенций, отвечающих требованиям к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена:

- содержание работы соответствует выбранной специальности и теме дипломного проекта;
- проект актуален, выполнен самостоятельно с использованием современного программного обеспечения, имеет творческий характер, отличается новизной;
- обучающийся демонстрирует разработанный оригинальный проект рекламного продукта;
- подходы к разработке оригинального рекламного продукта раскрыты глубоко и всесторонне, материал изложен логично;
- теоретические положения дополняются практическим подходом в организации этапов разработки рекламного продукта;
- в проекте широко используются материалы исследования эффективности разработанного рекламного продукта, проведенного автором самостоятельно;
- широко представлена библиография по теме работы;
- в приложении к работе имеются исходные и конечные данные рекламного

проекта в электронном виде;

– по своему содержанию и форме проект соответствует всем предъявленным требованиям.

Оценка «Хорошо» выставляется в том случае, если демонстрируется сформированность общих и профессиональных компетенций отвечающих требованиям к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена:

– содержание работы в целом соответствует выбранной специальности и теме дипломного проекта;

– проект актуален, выполнен самостоятельно с использованием программного обеспечения, имеет творческий характер, отличается новизной;

– обучающийся демонстрирует разработанный проект оригинального рекламного продукта, но имеются недостатки во внешнем оформлении проекта;

– подходы к разработке оригинального рекламного продукта раскрыты глубоко и всесторонне, материал изложен логично;

– теоретические положения дополняются практическим подходом в организации этапов разработки рекламного продукта;

– в проекте используются материалы исследования эффективности разработанного рекламного продукта, проведенного автором самостоятельно;

– широко представлена библиография по теме работы;

– в приложении к работе имеются исходные и конечные данные рекламного проекта в электронном виде;

– по своему содержанию и форме проект соответствует всем предъявленным требованиям.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется в том случае, если демонстрируется сформированность общих и профессиональных компетенций отвечающих требованиям к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена:

– содержание работы в целом соответствует выбранной специальности и теме дипломного проекта;

– проект актуален, выполнен самостоятельно, имеет творческий характер;

– обучающийся демонстрирует разработанный проект оригинального рекламного продукта, но имеются замечания по внешнему оформлению проекта;

– подходы к разработке оригинального рекламного продукта раскрыты;

– теоретические положения дополняются практическим подходом в организации этапов разработки рекламного продукта;

– представлена библиография по теме работы;

– в приложении к работе имеются исходные и конечные данные рекламного проекта в электронном виде;

– по своему содержанию и форме проект в целом соответствует всем предъявленным требованиям.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется в том случае, если общие и профессиональные компетенции не сформированы:

– содержание работы не соответствует теме;

– отсутствие разработанного проекта рекламного продукта.

Решение ГЭК оформляется протоколом, который подписывается председателем ГЭК (в случае отсутствия председателя – его заместителем), членами

комиссии и секретарем ГЭК и хранится в архиве образовательной организации не менее трех лет. В протоколе заседания ГЭК записываются: итоговая оценка ВКР; присуждение квалификации техника; особые мнения членов комиссии.

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

Для прохождения ГИА лицо, не прошедшее ГИА по неуважительной причине или получившее на государственной итоговой аттестации неудовлетворительную оценку, восстанавливается в образовательной организации на период времени, установленный образовательной организацией самостоятельно, но не менее предусмотренного календарным учебным графиком для прохождения ГИА соответствующей программе подготовки специалистов среднего звена.

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

По результатам сдачи ГИА председателем ГЭК составляется отчет, в котором отражаются оценки, а также указываются положительные моменты в подготовке специалистов и основные направления работы по повышению качества подготовки выпускников. Отчеты обсуждаются коллективом Колледжа на заключительном педагогическом совете.

6 ПОРЯДОК ПОДАЧИ И РАССМОТРЕНИЯ АПЕЛЛЯЦИЙ

По результатам государственной итоговой аттестации выпускник, участвовавший в ГИА, 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 Колледжа.

Апелляция о нарушении порядка проведения ГИА подается непосредственно в день проведения ГИА. Апелляция о несогласии с результатами ГИА 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 ГЭК.

Апелляционная комиссия состоит из председателя апелляционной комиссии, не менее пяти членов апелляционной комиссии и секретаря апелляционной комиссии из числа педагогических работников образовательной организации, не входящих в данном учебном году в состав ГЭК. Председателем апелляционной комиссии может

быть назначено лицо из числа руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность, соответствующую области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, представителей организаций-партнеров или их объединений, включая экспертов, при условии, что направление деятельности данных представителей соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, при условии, что такое лицо не входит в состав ГЭК.

На заседание апелляционной комиссии приглашается председатель соответствующей ГЭК.

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 пересдачей ГИА.

При рассмотрении апелляции о нарушении порядка проведения ГИА 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 ГИА выпускника не подтвердились и/или не повлияли на результат ГИА;

– об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях порядка проведения ГИА выпускника подтвердились и повлияли на результат ГИА.

В последнем случае результат проведения ГИА подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в ГЭК для реализации решения комиссии. Выпускнику предоставляется возможность пройти ГИА в дополнительные сроки, установленные образовательной организацией.

Для рассмотрения апелляции о несогласии с результатами ГИА, полученными при защите ВКР, секретарь ГЭК не позднее следующего рабочего дня с момента поступления апелляции направляет в апелляционную комиссию ВКР, протокол заседания ГЭК и заключение председателя ГЭК о соблюдении процедурных вопросов при защите подавшего апелляцию выпускника.

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

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

7 ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ВЫПУСКНИКОВ ИЗ ЧИСЛА ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ, ДЕТЕЙ-ИНВАЛИДОВ И ИНВАЛИДОВ

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и выпускников из числа детей-инвалидов и инвалидов проводится ГИА с учётом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников (далее – индивидуальные особенности).

При проведении ГИА обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение ГИА для выпускников с ограниченными возможностями здоровья, выпускников из числа детей-инвалидов и инвалидов в одной аудитории совместно с выпускниками, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создаёт трудностей для выпускников при прохождении ГИА;
- присутствие в аудитории, центре проведения экзамена тьютора, ассистента, оказывающих выпускникам необходимую техническую помощь с учётом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, общаться с членами ГЭК);
- пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при прохождении ГИА с учётом 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).

Выпускники или родители (законные представители) несовершеннолетних выпускников не позднее чем за 3 месяца до начала ГИА подают в Колледж письменное заявление о необходимости создания для них специальных условий при проведении ГИА с приложением копии рекомендаций ПМПК, а дети-инвалиды, инвалиды – оригинала или заверенной копии справки, а также копии рекомендаций ПМПК при наличии.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Примерная тематика выпускных квалификационных работ (дипломных проектов)

1. Создание и продвижение бренда в социальных сетях с разработкой комплексной стратегии цифрового маркетинга (на примере конкретного предприятия)
2. Разработка рекламных материалов с учётом психологии восприятия цвета и образов (на примере конкретного предприятия)
3. Создание таргетированной интернет-рекламы с применением методов сегментации аудитории (на примере конкретного предприятия)
4. Разработка этичных рекламных материалов, формирующих доверие у потребителей (на примере конкретного предприятия)
5. Создание рекламного контента с использованием техник сторителлинга для повышения вовлечённости (на примере конкретного предприятия)
6. Разработка рекламы товаров для молодежной аудитории с учётом её предпочтений и поведенческих особенностей (на примере конкретного предприятия)
7. Разработка рекламных материалов с использованием принципов нейромаркетинга для усиления воздействия (на примере конкретного предприятия)
8. Разработка эффективных рекламных кампаний с участием инфлюенсеров и оценка их влияния (на примере конкретного предприятия)
9. Планирование рекламных мероприятий для организаций (на примере конкретного предприятия)
10. Разработка PR-кампании для коммерческой/некоммерческой организации (на примере конкретного предприятия)
11. Организация специального мероприятия в рамках PR-кампании предприятия (на примере конкретного предприятия)
12. Разработка программы рекламирования компании на рынке коммуникационных услуг (на примере конкретного предприятия)
13. Разработка программы эффективного использования технологий креативного PR для компании (на примере конкретного предприятия)
14. Разработка креативной стратегии для ИМК кампании (на примере конкретного предприятия)
15. Модель управления креативным процессом в рекламном агентстве (на примере конкретного предприятия)
16. Разработка PR-программы для организации (на примере конкретного предприятия)
17. Разработка PR кампании для образовательного учреждения (на примере конкретного предприятия)
18. Разработка рекламной кампании с использованием Интернет-технологий (на примере конкретного предприятия)
19. Управление потребительской мотивацией/поведением с помощью художественно-выразительных средств в рекламной коммуникации (на примере конкретного предприятия)
20. Разработка художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы (на примере конкретного предприятия)
21. Разработка программы интегрированных коммуникаций для предприятия с использованием социальных сетей (на примере конкретного предприятия)

22. Формирование репутации компании на основе PR-коммуникации (на примере конкретного предприятия)

23. Разработка рекламной кампании фирмы (на примере конкретного предприятия)

24. Разработка креативной стратегии для визуализации рекламной кампании (на примере конкретного предприятия)

25. Разработка программы продвижения товаров с использованием интернет-технологий (на примере конкретного предприятия)

26. Разработка рекламной кампании при выводе товара/услуги на рынок B2B (на примере конкретного предприятия)

27. Разработка и реализация рекламной кампании на рынке конечных потребителей (на примере конкретного предприятия)

28. Разработка программы повышения эффективности коммуникационной активности производственного предприятия (рынок B2B) (на примере конкретного предприятия)

29. Разработка стратегии рекламной деятельности предприятия (на примере конкретного предприятия)

30. Совершенствование рекламной деятельности предприятия при использовании Интернет-технологий (на примере конкретного предприятия)

31. Организация PR-кампаний в коммерческом секторе (на примере конкретного предприятия)

32. Управление эффективностью рекламной деятельности на предприятии (на примере конкретного предприятия)

33. Разработка плана коммуникационной кампании в сети Интернет (на примере конкретного предприятия)

34. Повышение эффективности использования инструментов Интернет-рекламы (на примере конкретного предприятия)

35. Производство рекламного продукта (на примере конкретного предприятия)

36. Разработка рекламы на основе маркетинговых технологий воздействия на потребителя (на примере конкретного предприятия)

37. Формирование потребительских предпочтений средствами рекламы (на примере конкретного предприятия)

38. Формирование имиджа компании средствами рекламы (на примере конкретного предприятия)

39. Анализ потребительских мотивов и его использование в рекламе (на примере конкретного предприятия)

40. Разработка рекламной коммуникации на основе учета кросскультурных факторов (на примере конкретного предприятия)

41. Анализ потребительских мотивов и его использование в рекламе (на примере конкретного предприятия)

42. Другая тема по выбору (предложению) студента, согласованная с руководителем выпускной квалификационной работы.