Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

обучающихся

по специальности

42.02.01. Реклама

Вологда, 2025 г.

Рассмотрено на заседании цикловой комиссии экономики и управления
Протокол № 4 от 03.12.2025 г.
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А. Груничева

Утверждаю
Зам. директора по учебно-методической работе
_____ А.А. Русина

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

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчик: Груничева В.А. преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Фонд оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности **42.02.01. Реклама**.

Эксперты от работодателя:
Фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации (ФОС ГИА) оценивает степень соответствия сформированных общих и профессиональных компетенций выпускников требованиями ФГОС СПО по данной специальности после освоения ими программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в полном объеме, а также оценку овладения выпускниками видов профессиональной деятельности предусмотренных ФГОС СПО по специальности.
Представленный ФОС ГИА соответствует содержанию результатов обучения и задачам будущей профессиональной деятельности обучающихся, требованиям ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама, ППССЗ и учебному плану по данной специальности, образовательным технологиям, используемым в учебном процессе.
Оценочные средства, входящие в состав ФОС ГИА, отвечают основным принципам формирования ФОС ГИА, адекватно отражают уровень качества освоения, соответствие содержанию профессиональных модулей, степень соответствия трудности заданий уровню подготовленности обучающихся.
Разработанный и представленный для экспертизы ФОС ГИА рекомендуется к использованию в образовательном процессе по специальности 42.02.01. Реклама.

Индивидуальный предприниматель Цыпкус А.О. _____ Цыпкус А.О.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ 4
2. СТРУКТУРА ПРОЦЕДУРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ И ПОРЯДОК ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ 5
3. ПОРЯДОК ОЦЕНИВАНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ. 10
ПРИЛОЖЕНИЕ А Форма отзыва о выпускной квалификационной работе 14
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Форма рецензии на выпускную квалификационную работу 15

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

1.1 Область применения

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для проведения государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) оценивает всю совокупность компетенций, которая установлена федеральным государственным стандартом среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) для программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01. Реклама в части освоения видов профессиональной деятельности:

- ВД 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции;
- ВД 2. Производство рекламной продукции;
- ВД 3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;
- ВД 4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- 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.

1.2 Цели и задачи итоговой аттестации

Основной целью государственной итоговой аттестации является установление соответствия уровня и качества подготовки выпускников ФГОС СПО в части требований к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01. Реклама и готовности выпускника к профессиональной деятельности.

1.3 Количество часов, отводимое на государственную итоговую аттестацию

всего – 6 недель, в том числе:

подготовка к государственной итоговой аттестации (выполнение выпускной квалификационной работы) – 4 недели,

защита выпускной квалификационной работы (дипломного проекта) - 2 недели.

2. СТРУКТУРА ПРОЦЕДУРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ И ПОРЯДОК ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

2.1 Формы и сроки проведения государственной итоговой аттестации

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 защиты дипломной работы.

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

Расписание проведения государственной итоговой аттестации утверждается директором ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж и доводится до сведения студентов не позднее, чем за две недели до начала работы государственной экзаменационной комиссии.

2.2 Организация разработки тематики выпускной квалификационной работы

Предварительный этап предусматривает, что студент заблаговременно знакомится с перечнем тем дипломных проектов, предлагаемых цикловой комиссией, и за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации заполняет заявление о закреплении за ним темы дипломного проекта, представляет его председателю цикловой комиссии. В заявлении указывается тема дипломного проекта, руководитель дипломного проекта.

Тематика дипломных проектов разрабатывается преподавателями (руководителями дипломных работ) колледжа совместно со специалистами предприятий и организаций, заинтересованных в разработке данных тем, рассматривается и утверждается на заседании цикловой комиссии.

Выбор темы дипломного проекта осуществляется студентом самостоятельно на основе утвержденного списка тем. Студенту, в том числе, предоставляется право предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения.

При выборе темы студент руководствуется: своими научными интересами; актуальностью темы, ее практической значимостью; возможностью использования в работе конкретного фактического материала, собранного в период прохождения преддипломной практики; интересами предприятия, на примере и базе которого выполняется работа.

Руководители дипломных проектов назначаются директором ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж из числа преподавателей колледжа и специалистов предприятий и организаций, профессионально связанных с тематикой дипломных проектов. Кроме руководителя дипломного проекта назначается консультант по нормоконтролю.

Закрепление тем дипломных проектов за студентами оформляется приказом директора ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж.

По утвержденным темам руководители дипломных проектов разрабатывают задания на дипломный проект для каждого студента, которые подписываются студентом и руководителем и утверждаются председателем цикловой комиссии.

Задания для дипломного проекта выдаются студенту и сопровождаются консультацией, в ходе которой разъясняются назначение и задачи, структура и объем работы, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей дипломного проекта.

Примерный перечень тем 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.

2.3 Организация выполнения выпускной квалификационной работы

Во время прохождения преддипломной практики студенты собирают материал для дипломного проекта, изучают предметную область, анализируют литературные источники по проблеме исследования.

Основными функциями руководителя дипломного проекта являются:

- разработка заданий и календарного графика выполнения проекта;
- консультирование по вопросам содержания дипломного проекта;
- оказание помощи студенту в подборе необходимой литературы и фактического материала;
- подготовка отзыва на дипломный проект.

Основной обязанностью руководителя является определение направления дипломного проекта, предостережение студента от грубых ошибок. Руководитель не несет ответственности за ошибки в расчетах, недостатки в стиле и грамотности изложения материала, качестве его оформления. Подписи руководителя и консультанта удостоверяют, что проект выполнен самостоятельно и в соответствии с заданием.

Выполнение дипломного проекта должно осуществляться студентом в соответствии с календарным планом выполнения проекта. Соответствующие части проекта студент представляет на проверку руководителю. Руководитель может дать студенту рекомендации по улучшению и доработке представленных частей. Студент должен регулярно в сроки, установленные научным руководителем и зафиксированные в календарном плане выполнения проекта, отчитываться о полученных результатах. При невыполнении указаний руководителя или неявки на консультацию без уважительных причин руководитель ставит в известность председателя цикловой комиссии.

ВКР имеет следующую структуру:

- Титульный лист
- Задание на выпускную квалификационную работу
- Календарный план
- 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 темы (позиций, подходов, идей) на основе изученной литературы; описание методов, приемов, средств, путей и т.п., направленных на разработку рекламного продукта, при организации практической деятельности.

Выпускник должен показать достаточное знание литературы по избранной тематике, подходов к разработке рекламного продукта. Обосновать свою собственную точку зрения. Таким образом, обучающийся должен показать свою теоретическую подготовленность к созданию рекламного продукта, умение обобщать материал и систематизировать данные. Ему следует подробно описать современное состояние изучаемой темы.

- Практическая часть, должна раскрывать выбранную тему через проектирование деятельности, описание и разработку ее реализации, оценки ее результативности. Практическая часть должна включать в себя авторскую разработку

предлагаемых рекламных решений.

Этот раздел является наиболее ответственным этапом выполнения дипломного проекта. Обучающийся анализирует сведения о предприятии (организации), на примере которого выполняется дипломный проект: направления деятельности, объем деятельности, структура ассортимента за определенный период, принципы его формирования с учетом сегментации рынка, факторы сезонного колебания, конкурентоспособность товаров, факторы внешнего окружения, конкурентную позицию, текущую рекламную стратегию предприятия. На основе проведенного анализа, в соответствии с целью и задачами дипломного проекта, обучающийся самостоятельно разрабатывает оригинальный рекламный продукт с описанием методики его проектирования. 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.

– 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.

2.4. Завершающий этап

Выпускная квалификационная работа (дипломный проект) передается на нормоконтроль. Нормоконтроль осуществляется по направлениям: оформление дипломной работы; выполнение требований методических рекомендаций. Для проведения нормоконтроля студент предоставляет дипломную работу на проверку не позднее 7 дней до защиты. По результатам проверки должны быть устранены недостатки в оформлении документов работы.

Руководитель составляет отзыв о работе студента над работой. (Приложение А) Выпускная квалификационная работа (дипломный проект), подписанная руководителем, представляется на внешнюю рецензию не позднее одной недели до защиты.

Дипломный проект передается рецензенту, который дает развернутый отзыв о работе с оценкой (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно) (Приложение Б).

2.5 Защита выпускной квалификационной работы

На защиту в ГЭК предоставляются следующие документы:

- требования к результатам освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01. Реклама;
- программа государственной итоговой аттестации;
- приказ директора ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж 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.

Защита начинается докладом студента о содержании выпускной квалификационной работы (дипломного проекта). Продолжительность доклада не должна превышать 10 мин. Доклад необходимо умело иллюстрировать графиками, схемами, представленными в видеоролике или презентации.

По окончании доклада зачитывается отзыв руководителя, рецензия, студент отвечает на вопросы и замечания рецензента, а также на вопросы членов ГЭК.

На закрытой части заседания ГЭК дается оценка качества выполнения дипломного проекта и его защиты. При определении окончательной оценки по защите дипломного проекта учитываются: доклад выпускника по каждому разделу работы; ответы на вопросы рецензента; ответы на вопросы членов ГЭК; отзыв руководителя.

Защита дипломного проекта оценивается по четырех бальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Результаты защиты оглашаются председателем комиссии в присутствии всех студентов, защищавших работы на данном заседании, и лиц, присутствовавших на защите. При положительной оценке студенту присваивается квалификация специалист по рекламе.

Студенту, получившему оценку «неудовлетворительно» при защите дипломного проекта, дается возможность повторно защититься, но не ранее 6 месяцев после защиты дипломного проекта впервые. В этом случае ГЭК может признать целесообразным повторную защиту студентом той же дипломного проекта или вынести решение о закреплении за ним нового задания для дипломного проекта и определить срок повторной защиты, в соответствии с действующим законодательством.

3. ПОРЯДОК ОЦЕНИВАНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

3.1 Критерии оценки публичной защиты выпускной квалификационной работы

№ п/п	Критерии	Структура оценки в баллах	Фактическая оценка в баллах
Оценка методологических характеристик			max 10
1.1.	В ходе выступления доказано, что объект, предмет, цель и задачи ВКР соответствуют выбранной теме	1	
	Из доклада следует, что цель и задачи ВКР направлены на раскрытие темы	3	
1.2.	Инновационность, уникальность идеи проекта отсутствует	0	
	Идея проекта характеризуется инновационностью,, уникальностью	3	
1.3.	Представленная работа не содержит экономическую оценку предложенных мероприятий	0	
	Представленная работа содержит экономическую оценку предложенных мероприятий	2	
1.4.	Представленная работа содержит выводы по главам и итоговое заключение	1	
	Выводы, заключения и приложения, содержащиеся в ВКР, соотносятся с целями и задачами ВКР	2	

Оценка содержания ВКР			**max 6**
2.1.	Содержание теоретического раздела ВКР соответствует выбранной теме	1	
	Содержание теоретического раздела ВКР соответствует выбранной теме. Тема выбрана в соответствии с современными запросами работодателей	2	
2.2.	Практическая часть (проект) выполнен в соответствии с установленными требованиями	1	
	Практическая часть (проект) выполнен в соответствии с установленными требованиями на основе последних достижений в заявленной сфере	2	
	Практическая часть (проект) выполнен в соответствии с установленными требованиями на основе последних достижений в заявленной сфере, имеет практическое значение	4	
Оценка публичной защиты ВКР			**max 10**
3.1.	Актуальность темы не представлена в ходе защиты	0	
	Актуальность темы обозначена, но не раскрыта	1	
	Актуальность темы обоснована убедительно и всесторонне	2	
3.2.	Презентационный материал не отражает содержания доклада	0	
	Презентационный материал отражает минимально необходимые сведения о ВКР	1	
	Презентационный материал отражает актуальность, цели, задачи и результаты ВКР	2	
	Презентационный материал раскрывает суть ВКР. Явно выражена связь между целями и задачами исследования и полученными результатами	3	
	Доклад полностью соответствует презентационным материалам, раскрывает суть ВКР и свидетельствует о самостоятельно выполненном проекте	4	
3.3.	Выступление сбивчивое, непоследовательное	1	
	В ходе защиты ВКР соблюдены нормы публичной речи, присутствуют паузы для выделения смысловых блоков своей речи	2	
	В ходе защиты ВКР демонстрируется свободное владение материалом, изложение чёткое и грамотное	3	
3.4.	Регламент выступления превышен	0	
	Соблюден установочный регламент защиты ВКР (7-10 минут)	1	
Ответы на вопросы членов ГЭК			**max 4**
4.1.	Не отвечает на вопросы или дает неправильные ответы	0	
	Ответы на дополнительные вопросы неполные и требуют уточнения	2	
	Ответы на дополнительные вопросы демонстрируют понимание сущности вопроса, знание представленной темы и умение аргументировано отвечать	4	
	Общее количество баллов		**max 30**

3.2 Результаты государственной итоговой аттестации

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 государственной экзаменационной комиссией в том случае, если обучающийся набрал при публичной защите от 25 до 23 баллов и выполнены следующие критерии:

- 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 государственной экзаменационной комиссией в том случае, если обучающийся набрал при публичной защите от 22 до 18 баллов и выполнены следующие критерии:

- 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 государственной экзаменационной комиссией в том случае, если обучающийся набрал при публичной защите от 17 до 12 баллов и выполнены следующие критерии:

– 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 государственной экзаменационной комиссией в том случае, если обучающийся набрал при публичной защите от 11 до 0 баллов и выполнены следующие критерии:

– содержание работы не соответствует теме;

– отсутствие разработанного проекта рекламного продукта.

Итоговая оценка за выпускную квалификационную работу выставляется по результатам выполнения публичной защиты.

Заседания ГЭК протоколируются. В протоколе записываются итоговая оценка выпускной квалификационной работы, присуждение квалификации и особое мнение членов комиссии.

Протоколы заседаний ГЭК подписываются председателем, членами комиссии и секретарем комиссии.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Форма отзыва о выпускной квалификационной работе

ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

ОТЗЫВ О ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ (ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА)

Студента ..... Группа .....

фамилия, имя, отчество — номер группы

Тема

.....

.....

В отзыве следует указать: задачи, поставленные перед студентом, как он справился с их решением; в какой мере проявлены самостоятельность и инициатива в работе; какова теоретическая подготовка и профессиональные навыки студента; результаты работы, их теоретическая и практическая ценность, основные недостатки выпускной квалификационной работы.

Руководитель .....

должность, фамилия, имя, отчество, место работы

МП

Подпись _____

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Форма рецензии на выпускную квалификационную работу

ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

РЕЦЕНЗИЯ НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ (ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ)

Студента _____ Группа _____
фамилия, имя, отчество номер группы

Тема _____

_____

В рецензии следует дать общую характеристику выпускной квалификационной работы, изложить результаты и недостатки работы, включая сюда ошибки в расчетах, определениях, формулировках, недостатки в изложении и оформлении. Указать степень использования студентом последних достижений науки и техники. Оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно) должна вытекать из содержания рецензии.

Рецензент

_____
должность, фамилия, имя, отчество, место работы

МП

Подпись _____