

Согласовано:
На заседании Педагогического совета
Протокол № 2
« 20 » декабря 2023 г.



Утверждаю:
Директор техникума
/ И.М. Дыкман /
« 20 » декабря 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ И ЗАЩИТЕ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

по программе подготовки
специалистов среднего звена
42.02.01 «Реклама»

Базовый уровень подготовки

Екатеринбург, 2023

Методические указания по выполнению и защите дипломной работы по программе подготовки специалистов среднего звена **42.02.01 Реклама** составлены на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510 (ред. от 13.07.2021)

Нормативный срок освоения программы: 3 года 10 месяцев
Квалификация выпускника: специалист по рекламе

Разработчики:

Калач Светлана Юрьевна, зам. директора по УР
Соловьянова Юлия Сергеевна, зав. отделением, методист ВКК
Перевозкина Вероника Леонидовна, преподаватель 1КК
Рыбинских Константин Александрович, преподаватель 1КК

Правообладатель:

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» г. Екатеринбург

Согласовано:

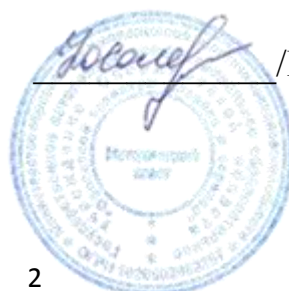
Вересовая Елена Николаевна
Директор ООО «РА «Антиква»



Методические указания рассмотрены и одобрены на заседании методического совета ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса», г. Екатеринбург

Протокол методического совета № 3 от «19» декабря 2023 г.

Председатель Методического Совета _____ /Ю.С. Соловьянова/



СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
2. Организация и порядок выполнения выпускной квалификационной (дипломной) работы.....	5
3. Выбор темы дипломной работы.....	6
4. Выполнение дипломной работы.....	6
4.1 Структура и содержание выпускной квалификационной работы	6
4.2 Требования к оформлению дипломной работы.....	10
5. Порядок проверки дипломной работы.....	17
5.1 Оценивание дипломной работы руководителем.....	17
5.2 Нормализационный контроль.....	17
5.3. Рецензирование дипломной работы.....	18
6. Подготовка дипломной работы к защите.....	19
7. Предварительная защита.....	20
8. Порядок защиты дипломной работы.....	20
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Тематика ВКР.....	22
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Пример листа задания.....	24
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Пример оформления титульного листа.....	25
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Пример оформления содержания дипломной работы....	26
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Пример оформления глоссария.....	27
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Пример оформления списка использованных источников.....	28
ПРИЛОЖЕНИЕ 7. Пример оформления приложений.....	29
ПРИЛОЖЕНИЕ 8. Пример оформления экспозиционного планшета.....	30
ПРИЛОЖЕНИЕ 9. Отзыв руководителя ВКР.....	32
ПРИЛОЖЕНИЕ 10. Рецензия на выпускную квалификационную (дипломную) работу	34
ПРИЛОЖЕНИЕ 11. Структура самопрезентации	36
ПРИЛОЖЕНИЕ 12. Пример оформления титульного слайда	37
ПРИЛОЖЕНИЕ 13. Критерии оценивания защиты ВКР	38

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Выпускная квалификационная (дипломная) работа (далее ВКР) – это комплексная самостоятельная исследовательская работа, в ходе которой студент решает конкретные практические задачи, соответствующие профилю деятельности и уровню образования, развивает профессиональные умения в период прохождения преддипломной практики. При этом используются знания, полученные по профессиональным модулям и общепрофессиональным дисциплинам.

Цель дипломной работы – систематизация и закрепление знаний студента по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама» при решении практических задач исследовательского и проектного характера, а также выявление его способности к самостоятельной работе.

Выполнение ВКР предполагает высокую степень самостоятельности выпускника, предоставляет возможности для его самореализации и творческого самовыражения.

В процедуре выполнения и защиты дипломной работы отслеживаются:

- **общие компетенции**, включающие 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 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.

- **профессиональные компетенции**, соответствующие 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 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Результаты государственной итоговой аттестации определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в день защиты дипломной работы по окончании работы ГЭК.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ (ДИПЛОМНОЙ) РАБОТЫ

Выполнение дипломной работы по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама» включает в себя:

1. Ознакомление с Порядком проведения Государственной итоговой аттестации и основными требованиями, предъявляемыми к дипломной работе.
2. Выбор и утверждение темы дипломной работы.
3. Составление графика выполнения дипломной работы.
4. Сбор и анализ теоретического материала, изучение информационных источников (в т.ч. нормативных актов) по теме дипломной работы.
5. Написание и оформление дипломной работы.
6. Подготовка дипломной работы к защите.
7. Предварительная защита.
8. Защита дипломной работы.

В целях оказания выпускнику педагогической помощи в период выполнения дипломной работы за ним закрепляется приказом директора техникума руководитель ВКР из числа ведущих преподавателей по данной образовательной программе.

Руководитель ВКР обязан:

1. Оказать практическую помощь студенту в выборе темы дипломной работы и разработке плана ее выполнения. Перечень тем дипломных работ представлен в приложении 1.
2. Выдать задание на выполнение дипломной работы (прил. 2).
3. Консультировать выпускника по подбору информационных источников в рамках выбранной темы и вопросам, возникающим в ходе выполнения дипломной работы.
4. Осуществлять систематический контроль за ходом выполнения дипломной работы в соответствии с разработанным планом.
5. После выполнения дипломной работы оценить качество ее выполнения и заполнить отзыв руководителя.

Следует иметь в виду, что руководитель ВКР не является ни соавтором, ни редактором дипломной работы, и студент не должен рассчитывать на то, что руководитель будет поправлять имеющиеся в ВКР теоретические, методологические, стилистические и другие ошибки.

Студент несет полную ответственность за выполнение дипломной работы и достоверность результатов проведенного исследования.

Для выполнения и подготовки к защите дипломной работы выпускникам выдаются данные методические указания.

3. ВЫБОР ТЕМЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Студенту предоставляется право выбора темы дипломной работы из предлагаемого перечня. Студент по согласованию с руководителем ВКР может предложить свою тематику с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения.

Тема дипломной работы должна быть актуальной и соответствовать одному или нескольким профессиональным модулям. На выбор темы дипломной работы может влиять тематика предшествующей курсовой работы по профессиональному модулю ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.

Темы дипломных работ закрепляются за студентами приказом директора техникума. После издания приказа темы работ изменению не подлежат.

4. ВЫПОЛНЕНИЕ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

4.1 Структура и содержание выпускной квалификационной работы

Дипломная работа должна соответствовать квалификационным требованиям, предъявляемым к выпускнику согласно федеральному государственному образовательному стандарту по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 «Реклама». Структура и содержание выпускной квалификационной работы включает в себя пояснительную записку и презентационный (демонстрационный) материал.

Пояснительная записка должна иметь следующую структуру:

- Титульный лист;
- Содержание;
- Введение;
- Основная часть:
 - теоретическая часть;
 - практическая часть;
- Заключение;
- Глоссарий;
- Список использованных источников;
- Приложения.

Титульный лист оформляется в соответствии с установленной в техникуме формой и содержит выходные данные работы. Пример оформления титульного листа представлен в приложении 3.

Содержание отображает структуру дипломной работы с указанием начального номера страниц расположения её структурных элементов. Объем – 1 страница печатного текста. Пример оформления представлен в приложении 4.

Введение – это краткое и сжатое изложение основных идей дипломной работы. Во введении необходимо осветить:

- современные тенденции развития данного направления рекламной деятельности;
- обоснование актуальности и практической значимости выбранной темы;

- определение объекта и предмета, цели и задач дипломной работы;
- круг рассматриваемых вопросов.

Структура введения состоит из следующих абзацев:

Актуальность исследования дипломной работы – это объяснение того, почему Ваша тема важна, кем востребована, и кому будет выгода от создания Вашей работы. То есть это плюсы и эффективность Вашей работы.

Объектом творческого исследования является процесс разработки и выполнения рекламы.

Предмет творческого исследования – процесс разработки и выполнения рекламных продуктов для продвижения организации (т.е. *это сам разработанный рекламный продукт или услуга*). Предмет и объект исследования ВКР указывают, с чем конкретно и в какой области знаний находится исследование студента.

Цель дипломной работы – разработать и выполнить в материале комплекс рекламных продуктов в рамках проекта рекламной кампании для продвижения услуг организации. Т.е. то, что в итоге Вы должны получить, то есть конечный результат диплома. Например: «Разработать проект ...».

Задачи дипломной работы – это шаги для достижения поставленной цели. Каждая задача должна начинаться глаголом неопределённой формы. Задачи описываются через систему последовательных действий.

Например:

Проанализировать...

Рассмотреть...

Исследовать...

Выявить...

Определить...

Разработать...

Выполнить в материале...

Каждая задача должна быть отражена в одном из разделов (подразделов) основной части работы. Например, если поставлена задача «исследовать общественное мнение в период предвыборной агитации», то в одном из подразделов теоретического раздела Вы должны описать, что такое общественное мнение, как и чем оно будет исследоваться. Если задача заявлена во введении, а в тексте дипломной работы она не видна, это серьезная ошибка.

Теоретическая и практическая значимость исследования ВКР – это значимость результатов теоретического и практического изучения в дипломной работе. В качестве примера теоретической значимости может быть теоретическое обобщение в какой-либо области знаний. А примером практической значимости могут быть экспериментальные исследования, разработанный проект или рекомендации.

Рекомендуемый объем данного раздела – 2-3 страницы печатного текста.

Основная часть включает теоретическую и практическую части (разделы) в соответствии с логической структурой изложения. Название раздела не должно дублировать название темы, а название подразделов – название разделов. Формулировки должны быть лаконичными и отражать суть раздела (подраздела).

Теоретическая часть имеет реферативный характер. В ней собирается и обобщается информация по основным теоретическим вопросам рекламной деятельности по продвижению товаров и услуг на рынок, по теории рекламной кампании, по процессу проектирования рекламы. Теоретическая часть обязательно должна иметь название, связанное темой дипломной работы. В конце каждого подраздела теоретической части должны быть сделаны небольшие тезисные выводы. Рекомендуемый объем – 20-25 страниц печатного текста.

В практической части (разделе) излагается:

- характеристика организации (предприятия) – описание, история, вид деятельности, организационная структура;
- формулировка проектной концепции: проектные проблемы, проектные задачи, проектную концепцию (основная идея ВКР);
- анализ проектной ситуации, включающий в себя:
 - общий анализ ситуации;
 - формулировка маркетинговых задач, например, таких как: формирование благоприятного образа бренда;
 - анализ аналогов продукта (либо анализ конкурентов), осуществляется по таким признакам как: ассортимент компании, ценообразование, дистрибуция, позиционирование и имидж компании, используемые каналы продвижения);
 - анализ целевой аудитории по таким признакам как:

географические, когда потребительский рынок разбивается по странам, регионам, улицам, что зависит от масштаба проекта;

демографические (возраст, пол, религия, семья), от этих признаков зависит покупательская активность разных групп;

социально-экономические характеристики - сюда относят образование, уровень дохода, жилищные условия, этот критерий укажет на предпочтения покупателя, его платежеспособность;

психографические критерии, получаемый путем исследования социального статуса, жизненных принципов и образа жизни;

B2C, B2B рынок;

- обоснование проектного решения: обоснование выбора рекламной идеи, представление творческих источников (фактурных и образных), описание формального решения, обоснование цвето-графического решения, шрифтового решения, предполагаемые к использованию технологии производства продукта.
- Экономическое обоснование проекта: выполнить и представить расчет себестоимости изготавливаемой рекламной продукции; рассчитать прибыль рекламной организации, полученную в результате внедрения рекламного продукта; определить рентабельность производства рекламной продукции.

Практическая часть обязательно должна иметь название, связанное с темой дипломной работы. Рекомендуемый объем – 20-25 страниц печатного текста.

Следует учитывать, что объем теоретической части должен быть примерно одинаковым с практической. Поэтому, если Вы написали большую

теоретическую часть, то практическая часть не может быть слишком маленькой.

В заключении должны быть представлены выводы по результатам проведенной работы с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами. Выводы должны раскрывать практическую значимость проектирования и выполнения рекламных продуктов. Необходимыми требованиями к выводам являются их аргументированность, лаконичность, четкость и краткость. Заключение лежит в основе доклада студента на защите. Рекомендуемый объем – 2 страницы.

Глоссарий – толковый словарь ключевых понятий по теме дипломной работы. Глоссарий составляется в алфавитном порядке и должен состоять не менее чем из 10 статей, состоящих из точной формулировки термина в именительном падеже и содержательной части, которая раскрывает смысл термина. Термины следует выделять полужирным шрифтом. Пример оформления представлен в приложении 5.

Список использованных источников должен содержать нормативные правовые акты, учебную и справочную литературу, периодические издания, Интернет-ресурсы. В данный раздел следует включать только те источники, которые действительно были использованы при выполнении дипломной работы. Список использованных источников является важной частью дипломной работы, так как позволяет судить о степени осведомленности выпускника в исследуемой проблеме и о качестве выполнения работы.

Список использованных источников следует оформлять в следующей последовательности:

- нормативные правовые акты (последовательность определяется юридической силой);
- иные официальные материалы (резолуции-рекомендации международных организаций и конференций, официальные доклады, официальные отчеты и др.);
- печатные издания (монографии, учебники, учебные пособия) и Интернет-источники (с указанием адреса (ресурса)) в алфавитном порядке в соответствии с требованиями пункта 4.2.6 данных методических указаний.

В тексте работы должны быть ссылки на используемые информационные источники. Рекомендуемое количество информационных источников – не менее 20. Объем – 1-2 страницы печатного текста. Пример оформления представлен в приложении 6.

В приложения выносят материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть включены в основную часть дипломной работы: иллюстративный материал, схемы, таблицы, изображения эскизов, а также брифы, сценарии, проекты бюджетов и таблицы стоимости материалов и работ по изготовлению рекламы и (или) прайс-листы.

Если приложений больше десяти, их следует объединить по видам:

- страниц брендбука с описанием фирменного стиля и основными носителями фирменной символики;

- макета полиграфической продукции (с указанием размеров и служебных полей);
- макета рекламных объявлений в СМИ (непосредственно макет и макет, заверстаный в печатную или web страницу);
- макета наружной рекламы (непосредственно макет и проект с использованием на натуре);
- сверстаных страниц корпоративного сайта;
- образцов сувенирной продукции;
- образцов корпоративной униформы;
- элементов оформления корпоративного пространства;
- POS-материалов;
- элементов для обеспечения промо акций;
- сценария видео и аудио рекламы.

При наличии приложений в тексте дипломной работы на них необходимо делать ссылки. Приложения приводятся в хронологическом порядке, т.е. порядок приложений совпадает с логическим порядком текста.

Объем приложений не регламентирован и не входит в общий объем дипломной работы. Пример оформления представлен в приложении 7.

Перечень приложений отражается в листе СОДЕРЖАНИЕ.

Презентационный материал должен включать в себя:

- экспозиционный планшет - 4 планшета (60х40 см каждый) либо 2 планшета (60х80 см каждый) (прил. 4);
- мультимедийную презентацию.

4.2 Требования к оформлению ВКР

4.2.1 Общие требования

При оформлении письменной экзаменационной работы следует руководствоваться требованиями, установленными в техникуме.

Текст дипломной работы выполняется с применением печатающих и графических устройств персональных компьютеров на одной стороне листа белой бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, высота букв, цифр и других знаков – кегль 14-й; гарнитура – Times New Roman; выравнивание – по ширине страницы. Абзацы в тексте дипломной работы начинают отступом в 1,25 мм.

Листы дипломной работы должны иметь следующие размеры границ полей: левое – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм.

Страницы нумеруются арабскими цифрами в центре нижней части листа. Номер страницы проставляется на расстоянии 10 мм от нижней кромки страницы. При этом соблюдается сквозная нумерация по всему тексту. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц текста. Номер страницы на титульном листе не проставляется.

Каждый раздел необходимо начинать с новой страницы, подразделы располагаются друг за другом по тексту. Конец главы должен занимать не менее половины листа.

В тексте дипломной работы должны быть ссылки на информационные источники и структурные элементы работы (таблицы, иллюстрации, приложения и т.п.). Ссылки на информационные источники (библиографические ссылки) приводятся в виде порядкового номера источника в списке используемых источников, который указывается в квадратных скобках без точки: [4]. Если ссылка идет на конкретные страницы, то делается это следующим образом: [4, с. 30-36].

В ссылках на структурные элементы работы необходимо указывать названия и порядковые номера структурных элементов работы, например: «... в соответствии с таблицей 1», «... на рисунке 1»; при повторной ссылке – (рисунок 1), (таблица 1). Если в тексте приводится только одна иллюстрация, одна таблица, одно приложение, то в ссылке следует указывать: «... на рисунке», «... в таблице», «... в приложении».

Допускаются нумерованные и маркированные списки. Рекомендуется использовать не более двух видов маркеров для маркированного списка и арабские цифры для нумерованного списка. Нумерованный список начинается с прописной (заглавной) буквы, после перечисляемого признака ставится точка. В маркированных списках все буквы строчные, после перечисляемого признака ставится точка с запятой, в конце перечисления ставится точка.

В тексте дипломной работы не допускается:

- использовать автоматическую расстановку переносов;
- сокращать слова, кроме установленных правилами русской орфографии (т.е. – то есть, гг. – годы, т.п. – тому подобное и т.д.);
- применять для одного и того же понятия различные термины;
- сокращать обозначения единиц физических величин, если они употребляются без цифр (допустимо только в таблицах и в расшифровке формул);
- применять индексы стандартов (ГОСТ, ОСТ, СТП, ТУ) без регистрационного номера;
- использовать компьютерное выделение терминов, подзаголовков, формул и т.п.;
- вписывать в текст работы отдельные буквы, слова, формулы, знаки;
- исправлять в работе опечатки подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного изображения машинописным или ручным способом.

4.2.2 Требования, предъявляемые к заголовкам

Заголовки разделов и подразделов дипломной работы следует начинать с абзацного отступа и выравнивать по левому краю.

Для заголовков разделов следует выбирать полужирный шрифт Times New Roman, кегль 14-й, буквы прописные. Заголовок раздела нумеруется арабской цифрой, после которой ставится точка.

Заголовок подраздела, если он располагается под заголовком раздела, следует начинать под первой буквой названия раздела. Для заголовков подразделов следует выбирать полужирный шрифт Times New Roman, кегль

14-й, буквы строчные. Заголовок подраздела нумеруется двумя арабскими цифрами, разделенными точкой, после второй цифры точка не ставится.

Расстояние между заголовками разделов и подразделов, заголовками подразделов и текстом должно соответствовать 1-1,5 интервалам и иметь интервал после абзаца.

Пример:

1. ХРАКТЕРИСТИКА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1 Понятие и виды печатной рекламы

Наименование разделов и подразделов должно быть по возможности коротким. Заголовок, состоящий из двух и более строк, печатается через один междустрочный интервал, при этом текст второй и последующих строк следует начинать под первой буквой первой строки.

Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. В конце заголовка точку не ставят.

Перенос слов и подчеркивание в названии разделов и подразделов запрещается.

4.2.3 Требования, предъявляемые к иллюстрациям

Иллюстрации (к ним относятся: фотоснимки, рисунки, эскизы, схемы, графики, диаграммы и др.) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Использование иллюстраций целесообразно, когда они заменяют, дополняют, раскрывают или поясняют словесную информацию, содержащуюся в тексте. На все иллюстрации должны быть ссылки в тексте. Количество иллюстраций должно быть достаточно для пояснения излагаемого текста.

Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией, например, «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование печатают более мелким шрифтом, чем основной текст (кегель 12-й) и располагают под иллюстрацией посередине строки. Точка в конце наименования рисунка не ставится.

Пример:



Рисунок 2. Визитная карточка предприятия

Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, «Рисунок 1.1».

При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 1» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.1» при нумерации в пределах раздела.

4.2.4 Требования, предъявляемые к таблицам

Таблицы представляют собой форму организации информационного материала, позволяющую систематизировать и сократить текст, обеспечить обозримость и наглядность информации.

Таблицу следует располагать в тексте дипломной работы непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице.

В таблицах допускается использовать одинарный интервал и кегль 12-й.

Каждая таблица должна иметь заголовок, точно и кратко отражающий ее содержание. На все таблицы должны быть ссылки.

Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией. Слово «Таблица» и ее порядковый номер помещают в правом верхнем углу над заголовком таблицы и указывают один раз. Заголовок таблицы следует помещать над таблицей по центру. Точка в конце заголовка таблицы не ставится.

Пример:

Таблица 2

Используемые цвета модель СМУК

Основные	Дополнительные
C30M47Y80K8	C30M45Y80K8
C34M49Y80K7	C35M45Y80K5

Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. Например, «Таблица 2.1».

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. При расположении таблицы на нескольких страницах пишут: «Продолжение таблицы 2». Над окончанием таблицы пишут: «Окончание таблицы 2».

Примечание к таблице должно располагаться непосредственно под соответствующей таблицей и обозначаться словом «ПРИМЕЧАНИЕ». Примечания печатают более мелким шрифтом, чем основной текст (кегель 12-й).

4.2.5 Требования, предъявляемые к формулам

Формулы и уравнения следует выделять из текста в отдельную строку. Выше или ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не

менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «X».

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той последовательности, в которой они даны в формуле.

Формулы следует нумеровать сквозной нумерацией арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. В этом случае в тексте дипломной работы на эти формулы должны быть ссылки, например, ... в формуле (1).

Формула должна быть представлена вначале в буквенном выражении. Все символы, входящие в формулу, должны быть расшифрованы. Только после этого в формулу подставляются цифровые данные. При расшифровке буквенных обозначений (экспликация к формуле) следующую строку после формулы начинают со слова «где», которое печатают от левого края строчными буквами, не делая абзаца, а после формулы ставят запятую. Обозначение величины отделяют от расшифровки знаком тире, расшифровки разделяют точкой с запятой.

Пример:

$$\bar{S} = \frac{S}{N}, \quad (1)$$

где \bar{S} – средняя стоимость печати 100 визиток;

S – сумма стоимости всех предложенных вариантов печати;

N – общая численность предложенных вариантов.

Единицы измерения физических величин отделяют от расшифровки запятой.

Надстрочные и подстрочные индексы, показатели степени и т.п. должны быть меньших размеров.

Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед каждой цифрой обозначения приложения. Например, формула (3.1), если формула представлена в приложении 3.

Допускается нумерация формул в пределах раздела.

4.2.6 Требования, предъявляемые к списку использованных источников

Список использованных источников должен содержать сведения об источниках, использованных при выполнении дипломной работы (нормативные акты, учебные пособия, справочная литература, учебно-методические пособия, периодические издания, Internet-источники).

Нормативные правовые акты указываются в следующей последовательности:

- Конституция Российской Федерации;

- федеральные конституционные законы;
- кодексы;
- федеральные законы;
- законы Российской Федерации;
- указы Президента РФ;
- постановления Правительства РФ;
- нормативные акты федеральных органов исполнительной власти;
- нормативные акты субъектов РФ;
- нормативные акты органов местного самоуправления;
- нормативные акты организаций (локальные акты).

Если при написании дипломной работы использованы нормативные правовые акты, одинаковые по юридической силе, то они указываются в списке источников в очередности от последнего года принятия к предыдущим.

Правила библиографического описания нормативных правовых актов:

Родовое название нормативного акта, дата, порядковый номер, дата последней редакции, наименование, ресурс, адрес ресурса, дата обращения.

Пример:

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О рекламе» // КонсультантПлюс: справочная правовая система. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 01.06.2024).

Литература (печатные издания) в списке использованных источников приводится в алфавитном порядке, нумерованным списком.

Правила библиографического описания книги с одним автором:

Автор. Заглавие. – Место издания: Издательство, год издания. – Количество страниц.

Пример:

Секерин В.Д. Рекламная деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 282 с.

Правила библиографического описания книги под редакцией одного или нескольких авторов:

Заглавие / автор. – Место издания: Издательство, Год издания. – Количество страниц.

Пример:

Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 313 с.

Правила библиографического описания статьи:

Автор. Заглавие // Название источника. – Год издания. – Дата выхода или номер. – Страницы.

Пример:

Новицкий Н. Инновационный путь развития рекламы // Экономист. – 2019. – №6. – С.34-40.

Сокращение мест издательств (допустимые):

М. – Москва

Л. – Ленинград

СПб. – Санкт-Петербург

Р на/Д – Ростов на Дону

Мин. – Минск

Остальные города пишутся полностью.

Интернет-источники размещают последним разделом в списке использованных источников. Имеют сквозную нумерацию.

Правила описания ресурса:

Наименование. Адрес (URL). Дата обращения.

Пример:

Росстандарт: Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии: офиц. сайт. — URL: <https://www.rst.gov.ru> (дата обращения: 05.06.2024).

Правила описания статьи из сети Интернет:

Автор. Заглавие. Наименование ресурса и адрес (URL). Дата обращения.

Пример:

Егина Е. Школа рекламиста: имидж бренда и рекламный персонаж. URL: <http://www.advertiser-school.ru/sciense-article-advertising/brand-image-and-advertising-hero.html> (дата обращения 01.06.2024).

Правила описания музыкальных произведений:

Автор. Наименование. Исполнитель. Адрес ресурса (URL). Дата обращения.

Пример:

Моцарт, В. А. Дуэт дон Жуана и Церлины: “La ci darem la mano”: из оперы «Дон Жуан» / исполн. Дмитрий Хворостовский и Элина Гаранча. Видеоклип. URL: <https://yandex.ru/video/preview/?text=La%20ci%20darem%20la%20mano%D1%81%D0%BC%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%8C&path=wizard&parent-reqid=162505472460042-77812773109-04715755-balancer-knoss-search-yp-sas-23-BAL> (дата обращения: 30.05.2024).

4.2.7 Требования, предъявляемые к приложениям

Приложения оформляются как продолжение дипломной работы на последующих листах. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием прописными буквами в правом верхнем углу слова «ПРИЛОЖЕНИЕ 1». Заголовок приложения пишется симметрично тексту также прописными буквами. Приложения должны быть пронумерованы арабскими цифрами. На все приложения в тексте работы должны быть сделаны ссылки, а в содержании перечислены все приложения с указанием их номера и заголовка. Нумерация страниц и приложений должна быть сквозной. Иллюстрации нумеруют в пределах каждого приложения.

4.2.8 Нормативы оформления экспозиционного планшета

Экспозиционный планшет представляет собой самостоятельный объект, отображающий результат дипломной работы, представлен в приложении 8.

Технические характеристики и обязательные элементы:

- экспозиционный планшет состоит из **4 планшетов размером 60x40 см** (вертикальные) либо **2 планшетов 60x80 см**;
- материал основы: оргалит, пенокартон;
- цвет фона – серый;
- в левом верхнем углу фирменный знак техникума;
- в правом нижнем углу подпись (Дипломная работа, Тема, Выполнил, Руководитель). Подпись выполняется гарнитурой New Roman Суг; 14 кегль;
- содержание экспозиционного планшета согласовывается с руководителем дипломной работы.

5. ПОРЯДОК ПРОВЕРКИ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

5.1 Оценивание дипломной работы руководителем

Выполненная дипломная работа в сброшюрованном виде сдается на проверку руководителю. В ходе проверки дипломной работы руководитель оценивает уровень сформированности компетенций:

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

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

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

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей;

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Руководитель оценивает содержание и оформление дипломной работы и заполняет отзыв (прил. 9).

В случае, если руководитель оценивает дипломную работу отрицательно и не считает возможным допустить выпускника к защите, работа возвращается на доработку.

Своевременная доработка дипломной работы в соответствии с требованиями, позволяют выпускнику выйти на предстоящую защиту.

5.2 Нормализационный контроль

Дипломная работа на нормоконтроль должна быть представлена в полном комплекте, подписана студентом и руководителем, иметь отзыв руководителя. Без отзыва руководителя дипломная работа на нормоконтроль не допускается.

Основной целью нормоконтроля является обеспечение:

- соблюдения в дипломных работах единых требований к оформлению, установленных государственными стандартами и локальными актами образовательной организации;
- комплектности документации в дипломных работах (наличие всех структурных элементов дипломной работы, количество листов и т.п.);
- высокого качества оформления дипломных работ.

Нормоконтролер обязан:

- тщательно и всесторонне проверять документы на строгое соответствие требованиям нормативной документации;
- давать четкие и обоснованные замечания и предложения по исправлению проверяемых дипломных работ.

Нормоконтролер имеет право:

- возвращать дипломную работу студенту без рассмотрения в случае небрежного выполнения, отсутствия обязательных подписей, отсутствия отзыва руководителя;
- возвращать студенту на доработку дипломную работу, не рассматривая ее в полном объеме, если на первых же страницах работы обнаружено большое (порядка 5-10) количество отступлений от требований нормативной документации.

Выявленные при нормоконтроле ошибки и отступления от нормативной документации в дипломной работе помечаются нормоконтролером. Проверенные дипломные работы, в которых обнаружены ошибки и отступления от нормативной документации, вместе с замечаниями нормоконтролера передаются студенту для последующего исправления. Исправленные работы направляются нормоконтролеру повторно вместе с замечаниями.

Запрещается без ведома нормоконтролера вносить какие-либо изменения или дополнения в оригинал дипломной работы после того, как он был подписан нормоконтролером.

5.3 Рецензирование дипломной работы

Далее дипломная работа направляется на внешнюю рецензию. Рецензирование дипломных работ осуществляется ведущими специалистами страховых организаций, преподавателями высшей и первой категории техникума или других образовательных организаций среднего профессионального и высшего образования, специализирующихся в данной предметной и/или профессиональной области.

Рецензия является важнейшим документом, определяющим полноту и качество выполнения дипломной работы. Рецензия оформляется на бланках, образец которых приведен в приложении 10.

Внесение изменений в дипломную работу после рецензирования не допускается.

После рецензирования дипломная работа должна быть сдана в учебную часть вместе с отзывом руководителя, подписью нормоконтролера и внешней рецензией в установленные сроки.

6. ПОДГОТОВКА ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ К ЗАЩИТЕ

Подготовка к защите не менее важна, чем выполнение дипломной работы. Качество и содержательность защиты демонстрирует уровень профессиональной образованности выпускника и степень овладения компетенциями:

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

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

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

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

При подготовке к защите студент пишет доклад (защитное слово), выполняет электронную презентацию в программе Microsoft PowerPoint. Содержание доклада и электронной презентации согласовывается с руководителем.

В докладе должно найти отражение краткое, но четкое изложение основных положений дипломной работы.

Доклад должен быть выстроен в следующей последовательности:

1. Приветствие

2. Самопрезентация (фамилия, имя, группа, специальность), презентация учебных и профессиональных достижений (портфолио), дальнейшие профессиональные планы. Структура самопрезентации представлена в приложении 11.

3. Презентация дипломной работы:

- тема дипломной работы, обоснование ее актуальности;
- основные моменты введения, цель и задачи дипломной работы, объект и предмет ВКР;
- анализ проектной ситуации;
- формулировка проектной концепции;
- обоснование проектного решения;
- выводы, практическая значимость работы.

Обязательным требованием является наличие электронной презентации в программе Microsoft PowerPoint для сопровождения доклада (защитной речи).

Структура презентации должна соответствовать структуре доклада и дополнять его иллюстрациями, схемами, диаграммами, таблицами и т.д. Не следует выносить на слайд большой объем текстовой информации, т.к. электронная презентация является лишь сопровождением защитной речи. Слайды должны комментироваться, а не зачитываться. Не рекомендуется также зачитывать защитную речь с листа. Смена слайдов устанавливается по щелчку без времени. Каждый слайд должен иметь заголовок. Объем материала, представленного на слайде должен отражать заголовок слайда.

При разработке электронной презентации необходимо учитывать цветовые сочетания и изменение цвета на мониторе компьютера и показе через проектор. Чтобы не возникло проблем с восприятием электронного варианта на защите дипломной работы, необходимо продумать цветовые композиции и проверить заранее их через проектор.

Не рекомендуется использовать на одном слайде более 3 цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста. Шрифт на слайдах презентации должен обеспечивать читаемость на экране. Не следует использовать разные шрифты в одной презентации.

В содержание первого слайда выносится полное наименование образовательного учреждения (согласно уставу), тема дипломной работы, ФИО выпускника, ФИО руководителя. Пример оформления титульного слайда представлен в приложении 12.

7. ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ЗАЩИТА

Предварительная защита дипломной работы проводится на завершающем этапе ее выполнения в форме отчета студента-дипломника о степени реализации полученного задания и достигнутых результатах.

На предварительную защиту допускается дипломная работа, имеющая отзыв руководителя и подпись нормоконтролера. До предварительной защиты дипломная работа без подписи нормоконтролера не допускается.

Предварительная защита дипломной работы производится в специальной комиссии из 3-4 преподавателей техникума при непосредственном участии руководителя дипломной работы. Она состоит в докладе студента (не более 5-7 минут) по дипломной работе и в ответах на вопросы. На предварительную защиту студент представляет электронную презентацию в программе Microsoft PowerPoint и экспозиционный планшет (либо его электронный макет).

В ходе предварительной защиты студенту могут быть даны рекомендации по внесению изменений в защитную речь или электронную презентацию. Студент обязан при подготовке дипломной работы к защите учесть данные рекомендации и внести необходимые изменения. Внесение изменений в дипломную работу не допускается.

8. ПОРЯДОК ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Выпускная квалификационная работа защищается студентом перед Государственной экзаменационной комиссией на открытом заседании, где помимо членов комиссии присутствует руководитель дипломной работы.

Принятие решения о допуске студента к защите дипломной работы в государственной экзаменационной комиссии осуществляется заместителем директора по учебной работе на основе сопоставления завершённой работы с заданием на ее выполнение, требованиями к структуре и оформлению дипломной работы, при наличии отзыва руководителя, рецензии и подписи нормоконтролера и подтверждается его подписью.

На защиту дипломной работы студент представляет:

- дипломную работу с отзывом руководителя и рецензией;
- портфолио учебных и профессиональных достижений (грамоты и благодарности от администрации техникума, дипломы и сертификаты, подтверждающие участие в профессиональных конкурсах и др.);
- электронную презентацию в программе Microsoft PowerPoint для сопровождения защитной речи;
- экспозиционный планшет;
- разработанную рекламную продукцию в материале/макете.

Защита дипломной работы начинается с доклада студента в течение 10 минут с изложением основных положений дипломной работы. Доклад сопровождается презентацией. После выступления студента зачитываются отзыв руководителя и рецензия. Студент отвечает на замечания руководителя и рецензента, затем на вопросы членов ГЭК. Ответы студента должны быть краткими, но достаточно аргументированными и четкими. Полнота и глубина ответов на вопросы являются важным составляющим компонентом общей оценки дипломной работы. Может быть предусмотрено выступление руководителя ВКР, а также рецензента, если он присутствует на заседании ГЭК.

Каждый из присутствующих членов ГЭК выставляет свою оценку по каждой защищенной дипломной работе. Решение об итоговой оценке дипломной работы принимается на закрытом заседании ГЭК.

При оценке защиты дипломной работы председатель и члены ГЭК учитывают:

- качество работы: новизну исследуемых вопросов, глубину проработки проблемы, теоретическую и практическую значимость полученных результатов;
- качество доклада (выступления) дипломника;
- оценку руководителя и рецензента;
- умение ориентироваться в исследуемой проблеме, аргументировано отвечать на вопросы членов ГЭК.


Критерии оценивания защиты дипломной работы представлены в приложении 13.

ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
ПО ПРОГРАММЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА
42.02.01 РЕКЛАМА

1. Разработка концепции и конструкции фирменного стиля.
2. Разработка и создание телевизионной рекламы.
3. Разработка визуальной стилистики рекламной кампании.
4. Рекламное проектирование персонального имиджа.
5. Проект «нетрадиционных» видов рекламы.
6. Проект рекламной кампании в Интернет-среде.
7. Место event-маркетинга в системе BTL кампании.
8. Разработка, планирование и реализация PR кампании.
9. Разработка рекламной стратегии перепозиционирования продукции или бренда на рынке.
10. Разработка предложений по визуальному представлению рекламы: афиша, витрина, вывеска.
11. Особенности и направления использования product placement в современном рекламном деле.
12. Разработка программы «Event-Marketing» (событийного маркетинга) как средства продвижения марки.
13. Практика правового регулирования рекламной деятельности.
14. Разработка коммуникационной стратегии для выхода на рынок нового образовательного учреждения.
15. Планирование рекламной кампании на примере.
16. Позиционирование компании и процесс его воплощения в креативных решениях.
17. Цвет как фактор эффективного рекламного воздействия.
18. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение.
19. «Новые медиа» в современном комплексе маркетинга.
20. Имидж организации: формирование и продвижение.
21. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
22. Фирменный стиль как элемент системы корпоративной коммуникации.
23. Планирование и организация промо-мероприятия для продвижения торговой марки на рынке.
24. Особенности и направления использования технологии нейролингвистического программирования в рекламе.
25. Разработка (совершенствование, управление) инновационных методов сбора информации на рекламном рынке.

26. Разработка презентации, как инструмент управления коммуникациями с клиентом.
27. Формирование (совершенствование, управление) имиджа с помощью сувенирной рекламы.
28. Разработка (совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет.
29. Совершенствование (управление) социальных сетей при продвижении продукта.
30. Разработка вирусной рекламы в сети Интернет.
31. Разработка профориентационной продукции.
32. Особенности и направления использования нативной рекламы в современном рекламном деле.
33. Разработка сценария социального ролика.
34. Социальная реклама как инструмент воздействия на общественное мнение.
35. Особенности и направления использования технологии «Social Media Marketing» в современном рекламном деле.
36. Особенности и направления использования технологии «Selfie- Marketing» в современном рекламном деле.
37. Невербальная информация в рекламе, как метод эффективного воздействия на потребителя.
38. Сексуальные мотивы как эффективный фактор рекламного воздействия.
39. Разработка мотивационных мероприятий для коллектива.
40. Психологические приемы манипулирования, как инструмент повышения эффективности рекламы.
41. Разработка рекламного продукта в фэшн-индустрии.
42. Разработка и технология газетной и журнальной рекламы на примере
43. Антропоморфизм как элемент рекламного воздействия.
44. Создание «креативной» упаковки.
45. Разработка объемных букв в рекламе.
46. Психология восприятия шрифтов в рекламе.
47. Разработка и создание эффективной наружной рекламы.
48. Сувенирная продукция как средство коммуникации.
49. Организация выставочной деятельности и оценка её эффективности.
50. Особенности эмоционального воздействия рекламы на поведение покупателей.
51. Формирование бренда производителя (розничного торговца).
52. Комплексное решение оформления и ребрендинг.

ПРИМЕР ЛИСТА ЗАДАНИЯ

	<p>МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ</p> <p>ГАПОУ СО «ОБЛАСТНОЙ ТЕХНИКУМ ДИЗАЙНА И СЕРВИСА»</p>
---	---

У Т В Е Р Ж Д А Ю
Заведующий отделением

С.Н. Сосновских

« ____ » _____ 202_ г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение дипломной работы

студенту *Петровой Анастасии Федоровне*, группы *Р-43*, четвертого курса

Тема дипломной работы: *«Разработка концепции и конструкции фирменного стиля»*

Утверждена приказом директора от « ____ » _____ 20__ г.

Руководитель дипломной работы: Рыбинских Константин Александрович

Место преддипломной практики: _____

СОДЕРЖАНИЕ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

1. Введение
2. Основная часть
3. Выводы и заключение, рекомендации относительно возможностей применения полученных результатов
4. Список использованных источников
5. Приложения
6. Экспозиционный планшет

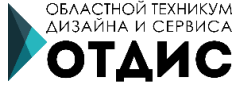
Срок выполнения работы с « ____ » _____ 202_ г. по « ____ » _____ 202_ г.

Заключение руководителя: работа закончена « ____ » _____ 202_ г.

Оценка: _____

Подпись руководителя _____ / _____

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА

	<p>МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ</p> <p>ГАПОУ СО «ОБЛАСТНОЙ ТЕХНИКУМ ДИЗАЙНА И СЕРВИСА»</p>
---	---

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Заместитель директора по УР
_____ С.Ю. Калач
подпись

**РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ И КОНСТРУКЦИИ
ФИРМЕННОГО СТИЛЯ**

Выпускная квалификационная (дипломная) работа
по программе подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Исполнитель:
студент группы Р-43

А.Ф. Петрова

Руководитель:

К.А. Рыбинских

Нормоконтролёр:

Ю.В. Лоскутникова

Екатеринбург, 2024

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ.....	5
1.1 Понятие фирменного стиля и его роль в формировании имиджа организации	5
1.2 Элементы фирменного стиля.....	12
1.3 Психофизиологические основы восприятия фирменного стиля....	16
1.4 Этапы создания фирменного стиля организации	20
2. РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ГАПОУ СО «ОБЛАСТНОЙ ТЕХНИКУМ ДИЗАЙНА И СЕРВИСА».....	27
2.1 Общая характеристика ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» как объекта рекламы.....	27
2.2 Этапы разработки фирменного стиля для ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса».....	39
2.3 Экономическое обоснование рекламного проекта.....	48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	52
ГЛОССАРИЙ.....	54
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	56
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Главная страница сайта ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса».....	58
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Предлагаемые элементы фирменного стиля.....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Тест для фокус-группы.....	62

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ГЛОССАРИЯ

ГЛОССАРИЙ

Визитная карточка (визитка) – традиционный носитель контактной информации о человеке или организации. Изготавливается из бумаги, картона или пластика небольшого формата.

Имидж – (от англ. image – образ, представление; мнение) – 1) образ товара, услуги или компании как совокупность ассоциаций и впечатлений о них, который складывается в сознании потребителей и формирует их отношение к данному товару, услуге или компании; 2) специально проектируемый в интересах фирмы и основанный на особенностях деятельности, достоинствах, качествах образ, который целенаправленно внедряется в сознание и подсознание целевой аудитории, соответствует ее ожиданиям, стереотипам и служит отличию фирмы, товаров, услуг, бренда от аналогичных.

Сувенирная продукция – вид изделий, используемых в качестве подарков, призов, раздаточных материалов в рекламных кампаниях, а также в виде корпоративных и бизнес-сувениров, чаще всего с нанесением логотипа или фирменного стиля заказчика на самом продукте или его упаковке.

Фирменный стиль – индивидуальный образ фирмы, ее характер, который легко распознается людьми. Он является компонентом целостной, продуманной коммуникации организации и предполагает, что все основные элементы фирменного стиля будут выполнены в единой концепции, размещены на всей продукции, документации и атрибутике фирмы, чтобы по любому ее компоненту потребитель легко идентифицировал производителя.

Целевая аудитория – это совокупность потенциальных и реальных клиентов, имеющих заинтересованность в товаре либо услуге, которые объединены определенным рядом общих характеристик, критериев.

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ***Нормативные акты***

1. Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О рекламе» // КонсультантПлюс: справочная правовая система. URL: [http://www.consultant.ru /document/cons_LAW_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_LAW_58968/) (дата обращения 01.06.2024).

Литература:

2. Васильев Г.А. Основы рекламной деятельности: Учебное пособие – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 718 с.
3. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г. Рекламная деятельность: Учебник – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 538 с.
4. Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 311 с.
5. Секерин В.Д. Рекламная деятельность: Учебник – М.: ИНФРА-М, 2020. – 282 с.

Интернет источники:

6. Понятие сувенирной продукции. URL: <https://zavadskaya.wordpress.com/> (дата обращения: 03.06.2024).
7. Психология цвета. URL: [https://koloro.ua/ blog/dizain/psihologia-voSPriyatIya/kak-upravlyat-nastroeniem-potrebiteley/](https://koloro.ua/blog/dizain/psihologia-voSPriyatIya/kak-upravlyat-nastroeniem-potrebiteley/) (дата обращения: 10.05.2024).
8. Фирменный стиль. URL: <http://www.advesti.ru/publish/style/> (дата обращения: 10.05.2024).

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ПРИЛОЖЕНИЙ

ЛИСТОВКА

ГАПОУ СО «ОБЛАСТНОЙ ТЕХНИКУМ ДИЗАЙНА И СЕРВИСА»



**ОБЛАСТНОЙ ТЕХНИКУМ
ДИЗАЙНА И СЕРВИСА
ОТДИС**

**ПРЕДЛАГАЕТ ПОДГОТОВКУ
ПО СЛЕДУЮЩИМ ПРОФЕССИЯМ И СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ:
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ**

- ▶ **РЕКЛАМА** 9 классов / срок обучения: 3 года 10 месяцев
- ▶ **СТРАХОВОЕ ДЕЛО** 9 классов / срок обучения: 2 года 10 месяцев
- ▶ **АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ** 9 классов / срок обучения: 2 года 10 месяцев
- ▶ **КОНТРОЛЕР БАНКА** 9 классов / срок обучения: 2 года 10 месяцев
- ▶ **БАНКОВСКОЕ ДЕЛО** 9 классов / срок обучения: 2 года 10 месяцев

ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ

- ▶ **ЗАКРОЙЩИК** 9 классов / срок обучения: 2 года 10 месяцев
- ▶ **КОНСТРУИРОВАНИЕ, МОДЕЛИРОВАНИЕ И ТЕХНОЛОГИЯ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ** (9,11 классов) срок обучения: 3 года 10 месяцев
- ▶ **ДИЗАЙН** по отраслям / 9 классов / срок обучения: 3 года 10 месяцев

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА

- ▶ **ШВЕЯ** срок обучения: 1 год 10 месяцев

ПОЛУЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ - БЕСПЛАТНО
на базе 9 классов - очно / на базе 11 классов - заочно



**ПРИГЛАШАЕМ НА ДНИ
ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ:**

- ▶ **15 ФЕВРАЛЯ** в 13:00
- ▶ **17 МАРТА** в 15:00
- ▶ **18 АПРЕЛЯ** в 13:00
- ▶ **19 МАЯ** в 15:00

📍 г. Екатеринбург, пер. Красный, 3
☎ +7 (343) 378-17-21; +7 (343) 378-18-26 **WWW.OTDIS.RU**



Корпоратив



Различные приложения



ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»
ОТЗЫВ
руководителя выпускной квалификационной (дипломной) работы

Ф.И.О. руководителя: _____

Должность, квалификационная категория: _____

Ф.И.О. автора работы: _____

Группа **P-43** Специальность: **42.02.01 «Реклама»**

ТЕМА _____

Актуальность темы: _____

Практическая значимость: _____

Наличие самостоятельных разработок автора: _____

№ п/п	Оцениваемый показатель	Количество баллов	
		Мак	Факт
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество			
1	Всесторонне обоснована актуальность выбранной темы, позволяющая оценить степень важности её изучения	2	
2	В соответствии с темой дипломной работы грамотно сформулированы цели и задачи, объект и предмет ВКР	2	
3	Структура и содержание дипломной работы соответствуют требованиям методических указаний и поставленным задачам, полностью раскрывают заявленную тему	2	
4	Проявлены самостоятельность и инициативность студента, заинтересованность в результатах своей работы; соблюден график дипломного проектирования	2	
5	Правильно рассчитана стоимость рекламы в зависимости от рекламного носителя, обоснована экономическая целесообразность использования рекламного продукта	2	
6	Представлены выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрыта практическая значимость работы	2	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития			
7	В полном объеме проведен анализ и обобщение различных информационных источников, соответствующих тематике работы	2	
8	В полном объеме раскрыты теоретические аспекты, необходимые для выполнения практической части дипломной работы	2	
9	Использованы различные информационные источники: нормативные правовые акты, учебная и специальная литература, периодические издания, Интернет-источники, в тексте работы имеются ссылки на все информационные источники	2	
10	В глоссарии рассмотрены все ключевые понятия и определения по теме работы, проявлено их понимание	2	
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
11	В полном объеме проведен анализ целевой аудитории	2	
12	В полном объеме представлено описание рекламируемого объекта, выявлены уникальные свойства	2	
13	Проведен эффективный анализ рекламной практики конкурентов	2	

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
14	Четко сформулирована и обоснована проектная концепция	2	
15	Предложены различные оптимальные средства продвижения рекламного проекта, с учетом эффективного привлечения целевой аудитории	2	
16	Использованы современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	2	
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей			
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития			
17	Достаточно аргументирован выбор рекламных идей, отражающих признаки и характеристики целевых сегментов организации	2	
18	Представлены разнообразные творческие источники (фактурные и образные)	2	
19	Предложены рекламные идеи с элементами оригинального творческого подхода	2	
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
20	Выбраны оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства воплощения рекламной идеи	2	
21	Соблюдены законы композиции при построении рекламного продукта	2	
22	Соблюдена цветовая выразительность с учетом основ цветовосприятия	2	
		Итого	44

Перевод в оценку: 41-44 балла – оценка «5»; 33-40 баллов – оценка «4»; 26-32 баллов – оценка «3»; менее 26 баллов – оценка «2», дипломная работа возвращается на доработку

Дипломная работа сдана на проверку «__» _____ 202_ г.

Положительные моменты дипломной работы _____

Отрицательные моменты дипломной работы _____

Общие выводы по дипломной работе _____

Руководитель: _____ / _____ / Дата «__» _____ 202_ г.
подпись расшифровка подписи

С отзывом руководителя ознакомлен(а) _____ «__» _____ 202_ г.

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную (дипломную) работу

Ф.И.О.рецензента: _____

Должность: _____

Место работы: _____

Адрес предприятия (организации) _____

Ф.И.О. автора работы: _____

Место обучения: *ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»*

Группа *P-43* Специальность: *42.02.01 «Реклама»*

Тема дипломной работы: _____

Актуальность темы: _____

Практическая значимость: _____

Наличие самостоятельных разработок автора: _____

№ п/п	Оцениваемый показатель	Количество баллов	
		Мак	Факт
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество			
1	Всесторонне обоснована актуальность выбранной темы, позволяющая оценить степень важности её изучения	2	
2	В соответствии с темой дипломной работы грамотно сформулированы цели и задачи, объект и предмет ВКР	2	
3	Структура и содержание дипломной работы соответствуют требованиям методических указаний и поставленным задачам, полностью раскрывают заявленную тему	2	
4	Проявлены самостоятельность и инициативность студента, заинтересованность в результатах своей работы; соблюден график дипломного проектирования	2	
5	Правильно рассчитана стоимость рекламы в зависимости от рекламного носителя, обоснована экономическая целесообразность использования рекламного продукта	2	
6	Представлены выводы и предложения с их кратким обоснованием в соответствии с поставленной целью и задачами, раскрыта практическая значимость работы	2	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития			
7	В полном объеме проведен анализ и обобщение различных информационных источников, соответствующих тематике работы	2	
8	В полном объеме раскрыты теоретические аспекты, необходимые для выполнения практической части дипломной работы	2	
9	Использованы различные информационные источники: нормативные правовые акты, учебная и специальная литература, периодические издания, Интернет-источники, в тексте работы имеются ссылки на все информационные источники	2	
10	В глоссарии рассмотрены все ключевые понятия и определения по теме работы, проявлено их понимание	2	

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
11	В полном объеме проведен анализ целевой аудитории	2	
12	В полном объеме представлено описание рекламируемого объекта, выявлены уникальные свойства	2	
13	Проведен эффективный анализ рекламной практики конкурентов	2	
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
14	Четко сформулирована и обоснована проектная концепция	2	
15	Предложены различные оптимальные средства продвижения рекламного проекта, с учетом эффективного привлечения целевой аудитории	2	
16	Использованы современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	2	
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей			
ОК.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития			
17	Достаточно аргументирован выбор рекламных идей, отражающих признаки и характеристики целевых сегментов организации	2	
18	Представлены разнообразные творческие источники (фактурные и образные)	2	
19	Предложены рекламные идеи с элементами оригинального творческого подхода	2	
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы			
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности			
20	Выбраны оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства воплощения рекламной идеи	2	
21	Соблюдены законы композиции при построении рекламного продукта	2	
22	Соблюдена цветовая выразительность с учетом основ цветовосприятия	2	
		Итого	44

Перевод в оценку: 41-44 балла – оценка «5»; 33-40 баллов – оценка «4»; 26-32 баллов – оценка «3»;
 менее 26 баллов – оценка «2», дипломная работа возвращается на доработку

Замечания рецензента: _____

Общий вывод: _____

Рецензент: _____ / _____ /

М.П.

Дата «__» _____ 202_ г.

С рецензией ознакомлен(а) _____

«__» _____ 202_ г.

СТРУКТУРА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

1. Приветствие.
2. Фамилия, имя, группа, специальность.
3. Самопрезентация (краткая информация о себе) – необходимо рассказать о себе то, что подчеркнет Ваши привлекательные стороны как выпускника – специалиста по рекламе (например, деловые качества, мотивы выбора специальности и др.).
4. Презентация результатов обучения – необходимо не только представить учебные достижения в диаграммах и графиках, но и проанализировать результаты обучения, выявить динамику, грамотно сформулировать выводы. На данном этапе можно проанализировать следующие показатели:

- количество оценок «отлично», «хорошо» и «удовлетворительно», их процентное соотношение на 1-м, 2-м и 3-м курсах; по результатам обучения в целом;
- средний балл по результатам обучения;
- качество образования (количество оценок «хорошо» и «отлично» (в %)).

Также на данном этапе самопрезентации необходимо представить результаты освоения компетенций, подтверждаемые аттестационными листами и свидетельствами об освоении профессиональных модулей.

5. Презентация учебных и профессиональных достижений (портфолио) – результаты участия в различных мероприятиях на уровне техникума, города или области:

- студенческих научно-практических конференциях, олимпиадах;
- конкурсах профессиональной направленности;
- спартакиадах и др. мероприятиях спортивной направленности;
- мероприятиях внеучебной направленности.

Следует не только представить результаты участия в данных мероприятиях, но и сделать вывод о том, как это повлияло на Ваше профессиональное развитие.

Также на данном этапе самопрезентации целесообразно представить работы, выполненные за период обучения.

6. Дальнейшие профессиональные планы – указать, в какой организации и в какой должности хотели бы работать (почему), планируете ли обучение в высшем учебном заведении (каком, по какой специальности), предложили ли Вам работу в организации, где Вы проходили практику, согласились ли Вы на данное предложение (почему).

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО СЛАЙДА

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Свердловской области
«Областной техникум дизайна и сервиса»

Выпускная квалификационная (дипломная) работа

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ И КОНСТРУКЦИИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Студент: Петрова Анастасия Федоровна

Группа: Р-43

ППССЗ: 42.02.01 Реклама

Руководитель: Рыбинских Константин Александрович

Екатеринбург, 2024

**КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
защиты выпускной квалификационной (дипломной) работы**

№ п/п	Оцениваемые показатели	Баллы
	2 балла – показатель выражен в полном объеме, 1 балл – показатель выражен частично, 0 – показатель отсутствует	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес		
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации		
1	Внешний облик выпускника соответствует деловому этикету	0-2
2	Четко определяет будущие профессиональные планы, связанные с дальнейшей трудовой деятельностью	0-2
3	В полном объеме представляет результаты обучения в рамках осваиваемой специальности (качество образования, средний балл по результатам обучения)	0-2
4	В полном объеме представляет учебные и профессиональные достижения (портфолио) в рамках осваиваемой специальности (творческие работы, результаты участия в мероприятиях учебной и профессиональной направленности)	0-2
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности		
5	Рационально (логично) выстраивает структуру ответа	0-2
6	Кратко и лаконично представляет информацию по теме ВКР	0-2
7	Комментирует слайды презентации через раскрытие содержания слайда, дополнительную информацию и выводы по теме ВКР	0-2
8	Целесообразно использует в презентации фотографии, схемы, иллюстрации в соответствии с темой ВКР	0-2
9	Экспозиционный планшет наглядно раскрывает тему и итоги работы	0-2
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями		
10	Владеет грамотной устной речью, удерживает внимание аудитории	0-2
11	Владеет профессиональной терминологией на высоком уровне	0-2
12	Проявляет готовность к работе с членами ГЭК, аргументировано отвечает на вопросы членов ГЭК	0-2
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность		
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты		
13	Четко аргументирует выбор проектной концепции, выделяет проектные проблемы	0-2
14	Четко обосновывает проектное решение	0-2
15	В полной мере указывает на преимущества и уникальность рекламируемого объекта	0-2
16	Рекламный проект соответствует Федеральному закону «О рекламе», стандартам, этическим нормам	0-2
17	Рекламный проект отражает тенденции современного мирового развития	0-2
18	Рекламный продукт разработан в соответствии с ориентацией на конкретную целевую аудиторию с учетом эффективного привлечения внимания	0-2
19	Реклама проста в понимании потребителя	0-2
20	Рекламный продукт отличается информационной и эмоциональной выразительностью	0-2
21	Рекламный продукт отличается креативностью идей, оригинальностью предложенных концепций	0-2
22	Представлен высокий уровень качества (безупречность исполнения) разработанных материалов в полном объеме	0-2
Итого		44

Перевод в оценку: 41,0-44,0 баллов – оценка «5»; 33,0-40,9 баллов – оценка «4»; 26,0-32,9 баллов – оценка «3»; менее 26,0 баллов – оценка «2»

Методические указания
по выполнению и защите выпускной
квалификационной (дипломной) работы
по программе подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 «Реклама»
Базовый уровень подготовки

Разработчики: С.Ю. Калач
В.Л. Перевозкина
К.А. Рыбинских
Ю.С. Соловьянова

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса». – Екатеринбург, 2023.