

Пояснительная записка.

В соответствии со ст.59 Федерального Закона Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» № 273 - ФЗ от 29.12.2012г.

государственная итоговая аттестация (ГИА) обучающихся, завершающих обучение по основным профессиональным образовательным программам является обязательной.

Настоящая программа государственной итоговой аттестации разработана на основе Федерального Закона Российской Федерации «Об образовании» № 273 - ФЗ от 29.12.2012г., Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 августа 2013 г. № 968 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования», Приказа Министерства образования и науки РФ от 14 июня 2013 г. № 464 «Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования», ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама от от 12 мая 2014 г. N 510

Программа государственной итоговой аттестации является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама и определяет совокупность требований к ГИА, в том числе к содержанию, организации работы, оценочным средствам и технологиям ГИА выпускников по данной специальности.

Государственная итоговая аттестация устанавливает следующий комплекс задач: ориентирует каждого преподавателя и обучающегося на конечный результат; позволяет в комплексе повысить качество учебного процесса, качество подготовки специалиста и объективность оценки подготовленности выпускников; систематизирует знания, умения и опыт, полученные обучающимися во время обучения и во время прохождения производственной практики; расширяет полученные знания за счет изучения новейших практических разработок и проведения исследований в профессиональной сфере;

значительно упрощает практическую работу Государственной экзаменационной комиссии при оценивании выпускника (наличие перечня профессиональных компетенций, которые находят отражение в выпускной работе).

В программе ГИА содержится тематика ВКР, отвечающая следующим требованиям: овладение профессиональными компетенциями, комплексность, реальность, актуальность, уровень современности используемых средств.

Требования к выпускной квалификационной работе по специальности 42.02.01

Реклама доводятся до обучающихся в процессе изучения

общефессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Требования к содержанию, объему, структуре ВКР и критерии оценки результатов защиты доводятся до сведения обучающихся за шесть месяцев до начала ГИА. К

государственной итоговой аттестации допускаются обучающиеся, не имеющие академической задолженности и в полном объеме выполнившие все требования основной профессиональной образовательной программы и успешно прошедшие промежуточные аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

В Программе государственной (итоговой) аттестации определены: форма ГИА; объем времени на подготовку и проведение ГИА;

материалы по содержанию ГИА;

сроки проведения ГИА;

условия подготовки и процедуры проведения ГИА;

критерии оценки уровня знаний и качества подготовки выпускника.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Область применения программы ГИА

Программа государственной итоговой аттестации (далее программа ГИА) - является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по ППССЗ **42.02.01 Реклама** в части освоения **видов профессиональной деятельности специальности и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):**

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ВЫПУСКНИКОВ

Область профессиональной деятельности выпускников: Область профессиональной деятельности выпускников: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются: рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;

рекламная кампания;

выставочная деятельность;

технологические процессы изготовления рекламного продукта;

рекламные коммуникативные технологии;

первичные трудовые коллективы.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) готовится к следующим видам деятельности:

Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

Производство рекламной продукции.

Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих: 20032 Агент рекламный.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5.2.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

5.2.2. Производство рекламной продукции.

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

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

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

5.2.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

5.2.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

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

Форма итоговой государственной аттестации

- защита выпускной квалификационной работы выпускная квалификационная работа выполняется в виде - дипломной работы.

Объем времени, отводимый на государственную итоговую аттестацию:

ГИА включает подготовку и защиту ВКР, на что выделяется 6 недель,

в том числе:

выполнение выпускной квалификационной работы - 4 недели,

защита выпускной квалификационной работы - 2 недели.

Сроки подготовки к итоговой государственной аттестации -

с 18.05.2024 по 14.06.2024.

Сроки проведения итоговой государственной аттестации

с 15.06.2024 по 30.06.2024.

3. Содержание государственной итоговой аттестации

ВКР призвана способствовать систематизации и закреплению знаний обучающегося по специальности при решении конкретных задач, а также выяснить уровень подготовки выпускника к самостоятельной работе.

Темы ВКР имеют практико-ориентированный характер и соответствуют содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Перечень тем по ВКР: разрабатывается преподавателями междисциплинарных курсов в рамках профессиональных модулей;

Содержание выпускной квалификационной работы должно соответствовать названию темы. ВКР считается выполненной в полном объеме в том случае, если в ней нашли отражение все проблемы и вопросы, предусмотренные заданием на выполнение дипломной работы. Общий объем работы составляет в среднем 45-50 страниц.

3.1 Структура выпускной квалификационной работы:

- Титульный лист
- Задание на выполнение ВКР
- Отзыв научного руководителя
- Перечень принятых сокращений (при необходимости)
- Оглавление
- Текст работы (включая введение, главы и заключение)
- Перечень принятых терминов (при необходимости)
- Список используемых источников
- Приложения (при необходимости)

3.2 Титульный лист содержит: официальные реквизиты ПОАНО МИБиУ колледж, , наименование темы ВКР, фамилию, имя и отчество автора работы, указание специальности ППССЗ, ученую степень и ученое звание, фамилию, имя, отчество научного руководителя; графу «допущено к защите»; подпись (место для подписи). Внизу титульного листа: Москва и год написания выпускной работы.

3.3 Оглавление включает перечисление разделов работы, начиная от

введения и заканчивая приложениями, с указанием страницы начала каждого раздела и подраздела. Разделы и подразделы выпускной работы должны быть пронумерованы.

3.4 Во введении обязательно раскрываются: Во введении обязательно должны быть указаны следующие элементы:

- актуальность выбранной темы;
- цель исследования (определяет, для чего проводится исследование, что планируется получить в результате: например, комплексный анализ и выявление проблем;
- задачи исследования (представляют собой способы достижения поставленной цели - раскрываются по наименованию параграфов и начинаются с глаголов действий, например, «проанализировать», «выделить», «выявить», «сравнить» и т.п.);
- объект исследования;
- предмет исследования;
- теоретическая основа исследования (кто из ученых занимался (занимается) разработкой данной темы, названия наиболее известных работ по теме) - после каждой фамилии автора сделать сноску на его работу, всего 4-5 фамилий,
- методология исследования (какие методы использовались при изучении исследовании темы),
- нормативная основа исследования (указать нормативные правовые акты) 3-4 конкретных НПА и после каждого названия сделать сноску на его реквизиты;
- структура работы (представляет собой перечисление составных частей ВКР). Объем введения, как правило, должен составлять примерно три 3-5 страницы.

3.5 Основная часть выпускной квалификационной работы включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения. Название главы не должно дублировать название темы, а название параграфов -

название глав. Основная часть выпускной квалификационной работы должна содержать, как правило, две главы (4 параграфа);

3.6 Первая глава посвящается теоретическим аспектам изучаемого объекта и предмета выпускной квалификационной работы. В ней содержится обзор используемых источников информации, нормативной базы по теме выпускной квалификационной работы. В этой главе могут найти место статистические данные, построенные таблицы и графики.

3.7 Вторая глава посвящается анализу практического материала, получаемого во время производственной (преддипломной) практики. Во второй главе должна быть разработана, в зависимости от МДК по которому пишется ВКР, программа - проект продвижения товара (услуги, предприятия) на рынке. рекламный продукт, по продвижению товара, услуги, предприятия, персоны или территории. В этой главе содержится:

- анализ конкретного материала по избранной теме (Отражается направление деятельности фирмы, организационная структура фирмы, и т.д) желательно за период не менее двух лет;
- описание выявленных проблем и тенденций развития объекта предмета изучения на основе анализа конкретного материала по избранной теме;
- описание имеющихся путей решения выбранных проблем.

В ходе анализа могут использоваться аналитические таблицы, расчеты, формулы, схемы диаграммы и графики.

3.8 Заключение, которое является завершающей частью исследования, должно кратко, не повторяя содержания основного текста ВКР включать основные выводы и предложения, с рациональными вариантами решения рассматриваемой проблемы и их обоснования. Объем Заключения, как правило, должен составлять примерно 2-3 страницы.

4. Требования к оформлению ВКР

4.1 Требования к оформлению текста.

ВКР выполняется на компьютере в одном экземпляре и оформляется только на лицевой стороне белой бумаги.

- размер бумаги стандартного формата А4 (210 x 297 мм);
- поля: левое - 30 мм, верхнее - 20 мм, правое - 10 мм, нижнее - 20 мм;
- ориентация: книжная;
- шрифт: Times New Roman;
- кегель: 14 пт (пунктов) в основном тексте, 12 пт в сносках;
- междустрочный интервал: полуторный в основном тексте, одинарный в подстрочных ссылках;
- форматирование основного текста и ссылок - в параметре «по ширине»;
- цвет шрифта - черный;
- красная строка - 1,5 см.

4.2 Требования к нумерации страниц .

- последовательно, начиная с 3-й страницы (введение), т. е. после титульного листа, задания и оглавления работы, а также перечня сокращений, используемых в работе (если они имеются в работе);
- далее последовательная нумерация всех листов, включая главы, заключение, список используемых источников и приложения (если они имеются в работе);
- нумерация страниц, на которых даются приложения, является сквозной и продолжает общую нумерацию страниц основного текста;
- номер страницы располагается в нижнем правом углу.

4.3 Требования к оформлению заголовков.

- набираются полужирным шрифтом (шрифт 14 пт)
- выравнивание - по центру;
- точка в конце заголовка не ставится;
- заголовок, состоящий из двух и более строк, печатается через один междустрочный интервал;
- заголовок не имеет переносов, то есть на конце строки слово должно быть обязательно полным

4.4 Требования к оформлению таблиц, схем, рисунков:

- название таблицы помещают над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире;
- в конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставятся;
- при переносе части таблицы название помещают только над первой частью таблицы, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят;
- при заимствовании таблиц из какого-либо источника, после нее оформляется сноска на источник в соответствии с требованиями к оформлению сносок;
- схема и рисунок подписываются снизу по центру;
- схемы, таблицы, рисунки по тексту работы не размещаются, а выносятся в приложение.

4.5 Требования к оформлению ссылок и сносок:

- при цитировании или использовании каких-либо положений из других работ даются ссылки на автора и источник, из которого заимствуется материал;
- если в работе приводится цитата для подтверждения рассматриваемых положений, то в её тексте сохраняются все особенности документа, из которого она взята: орфография, пунктуация, расстановка абзацев, шрифтовые выделения. Цитата внутри текста заключается в кавычки. Все

цитаты, а также заимствованные из различных документов аргументы или статистические данные подтверждаются библиографической ссылкой на источник;

- в выпускной работе используются постраничные сноски со сквозной нумерацией по всей работе;
- при повторных ссылках полное описание источника дается только при первой сноске. Если несколько ссылок на один и тот же источник приводится на одной странице работы, то в сносках подставляют слова «Там же» и номер страницы, на которую делается ссылка;
- если в работе при употреблении отдельных положений необходимо привести библиографические ссылки, то эти положения помечаются надстрочными знаками, сносками.
- Внизу страницы с абзацного отступа приводят сам текст библиографической ссылки, отделенной от основного текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны;
- порядок оформления ссылок на приложения по тексту выпускной работы такой же, как и порядок оформления ссылок на источники.

4.6 Требования к оформлению приложений:

Приложение могут включать: графический материал, таблицы, расчеты, описания программ. Приложение оформляют одним из следующих способов:

- как продолжение данного диплома на последующих его листах;
- в виде самостоятельного документа (отдельной брошюры).

В тексте на все приложения должны быть даны ссылки: Приложение А. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы. Каждое приложение следует размещать с новой страницы с указанием в центре верхней части страницы слова «ПРИЛОЖЕНИЕ». Приложение должно иметь заголовок, который записывают с прописной буквы, полужирным шрифтом, отдельной строкой по центру без точки в конце. Приложения обозначают прописными буквами кириллического алфавита, начиная с А. за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» следует буква, обозначающая его

последовательность. Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O. Приложения должны иметь общую с остальной частью диплома сквозную нумерацию страниц. Все приложения должны быть перечислены в содержании (при наличии) с указанием их обозначений, статуса и наименования. Все материалы, помещаемые в приложениях, должны быть связаны с основным 14 текстом, в котором обязательно делаются ссылки на соответствующие приложения.

Сведения об источниках приводятся в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

К защите ВКР допускаются обучающиеся, выполнившие дипломную работу в соответствии с предъявляемыми требованиями к ВКР, имеющую положительный отзыв руководителя и рецензию.

5 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению при выполнении выпускной квалификационной работы.

Реализация программы ГИА предполагает наличие кабинета подготовки к итоговой аттестации.

Оборудование кабинета:

- рабочее место для консультанта-преподавателя;
- компьютер, принтер;
- рабочие места для обучающихся;
- лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения;
- график проведения консультаций по выпускным квалификационным работам;
- график поэтапного выполнения выпускных квалификационных работ;

- комплект учебно-методической документации.

Для защиты выпускной квалификационной работы отводится специально подготовленный кабинет.

Оснащение кабинета:

рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии;

компьютер, мультимедийный проектор, экран;

лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.

Информационное обеспечение ГИА

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 августа 2013 г. № 968 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;

Программа государственной (итоговой) аттестации;

приказ директора о допуске обучающихся к государственной (итоговой) аттестации;

приказ директора об утверждённых темах ВКР;

сводная ведомость об успеваемости обучающихся;

зачетные книжки обучающихся;

протоколы ГЭК;

методические рекомендации по разработке выпускных квалификационных работ.

Общие требования к организации и проведению ГИА

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями (ГЭК).

Государственная экзаменационная комиссия формируется из педагогических работников колледжа, имеющих высшую или первую квалификационную категорию и лиц, приглашенных из сторонних организаций: педагогических работников, высшую или первую квалификационную категорию, представителей работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников.

Государственную экзаменационную комиссию возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность государственной экзаменационной комиссии, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам. Председателем государственной экзаменационной комиссии образовательной организации утверждается лицо, не работающее в образовательной организации, из числа:

руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющих ученую степень и (или) ученое звание;

руководителей или заместителей руководителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность по профилю подготовки выпускников, имеющих высшую квалификационную категорию;

ведущих специалистов - представителей работодателей или их объединений по профилю подготовки выпускников.

Руководитель образовательной организации является заместителем председателя государственной экзаменационной комиссии. В случае создания в колледже нескольких государственных экзаменационных комиссий назначается несколько заместителей председателя государственной экзаменационной комиссии из числа заместителей руководителя образовательной организации или педагогических работников, имеющих высшую квалификационную категорию.

Государственная экзаменационная комиссия действует в течение одного календарного года.

Защита выпускной квалификационной работы (продолжительность защиты до одного академического часа) включает доклад обучающегося (не более 10-15 минут) с демонстрацией презентации, чтения отзыва руководителя и рецензии, вопросы членов комиссии, ответы обучающегося. Может быть предусмотрено выступление руководителя выпускной работы, а также рецензента.

Результаты защиты ВКР обсуждаются на закрытом заседании ГАК и оцениваются простым большинством голосов членов ГАК, участвующих в заседании. При равном числе голосов мнение председателя является решающим.

Заседания ГАК протоколируются. В протоколе записываются: итоговая оценка ВКР, присуждение квалификации и особые мнения членов комиссии. Протоколы заседаний ГАК по защите ВКР подписываются председателем, заместителем председателя, ответственным секретарем и членами ГАК.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протокола заседания ГАК.

Обучающемуся, не выполнившему ВКР или получившему оценку «неудовлетворительно» при её защите, выдается справка об обучении или периоде обучения по образцу, самостоятельно установленному колледжем (часть 12 ст. 60 Федерального закона от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»),

Обучающийся, не прошедший государственной итоговой аттестации или получивший при защите ВКР оценку «неудовлетворительно», имеет право на повторную защиту в порядке, определяемом колледжем, но не ранее чем через один год и не более, чем через пять лет после прохождения итоговой государственной аттестации впервые. Порядок повторной защиты ВКР определяется колледжем самостоятельно. Если повторная защита прошла успешно, то справка обменивается на диплом в соответствии с решением ГАК.

В основе оценки выпускной квалификационной работы лежит пятибалльная система.

Критерии оценок:

«Отлично»

работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, глубокий анализ проблемы, критический разбор деятельности предприятия (организации), характеризуется логичным, последовательным изложением материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями;

имеет положительные отзывы руководителя и рецензента;

при защите работы обучающийся показывает глубокие знания вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, вносит обоснованные предложения по улучшению положения предприятия (организации), эффективному использованию ресурсов, а во время презентации использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.), легко отвечает на поставленные вопросы.

«Хорошо»

работа носит исследовательский характер, содержит грамотно изложенную теоретическую базу, достаточно подробный анализ проблемы и критический разбор деятельности предприятия (организации), характеризуется последовательным изложением материала с соответствующими выводами, однако с не вполне обоснованными предложениями;

имеет положительный отзыв руководителя и рецензента;

при защите обучающийся показывает знания вопросов темы, оперирует данными исследования, вносит предложения по улучшению деятельности предприятия (организации), эффективному использованию ресурсов, во время презентации использует наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т. п.), без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

«Удовлетворительно»

работа носит исследовательский характер, содержит теоретическую главу, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом и недостаточно критическим разбором деятельности предприятия (организации), в ней просматривается непоследовательность изложения материала, представлены необоснованные предложения;

в отзывах руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике анализа;

при защите обучающийся проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

«Неудовлетворительно»

работа не носит исследовательского характера, не содержит анализа и практического разбора деятельности предприятия (организации), не отвечает требованиям, изложенным в методических указаниях;

не имеет выводов либо они носят декларативный характер;

в отзывах руководителя и рецензента имеются существенные критические замечания;

при защите обучающийся затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки, к защите не подготовлены наглядные пособия или раздаточный материал.

При подготовке к ГИА обучающимся оказываются консультации руководителями от образовательного учреждения, назначенными приказом директора. Во время подготовки обучающимся может быть предоставлен доступ в Интернет.

Требования к учебно-методической документации: наличие рекомендаций к выполнению выпускных квалификационных работ.

Порядок проведения ГИА для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья государственная итоговая аттестация проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников.

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

проведение государственной итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с выпускниками, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для выпускников при прохождении государственной итоговой аттестации;

присутствие в аудитории ассистента, оказывающего выпускникам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее

место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с членами государственной экзаменационной комиссии);

пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей; обеспечение возможности беспрепятственного доступа выпускников в аудитории, туалетные и другие помещения. Выпускники или родители (законные представители) несовершеннолетних выпускников не позднее чем за 3 месяца до начала государственной итоговой аттестации подают письменное заявление о необходимости создания для них специальных условий при проведении государственной итоговой аттестации.

Порядок подачи и рассмотрения апелляций

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

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

Апелляция о нарушении порядка проведения государственной итоговой аттестации подается непосредственно в день проведения государственной итоговой аттестации.

Апелляция о несогласии с результатами государственной итоговой аттестации подается не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственной итоговой аттестации.

Апелляция рассматривается апелляционной комиссией не позднее трех рабочих дней с момента ее поступления.

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

Апелляционная комиссия формируется в количестве не менее пяти человек из числа преподавателей колледжа, имеющих высшую или первую квалификационную категорию, не входящих в данном учебном году в состав государственных экзаменационных комиссий. Председателем апелляционной комиссии является руководитель образовательной организации либо лицо, исполняющее обязанности руководителя на основании распорядительного акта образовательной организации.

Апелляция рассматривается на заседании апелляционной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

На заседание апелляционной комиссии приглашается председатель соответствующей государственной экзаменационной комиссии.

Выпускник, подавший апелляцию, имеет право присутствовать при рассмотрении апелляции.

С несовершеннолетним выпускником имеет право присутствовать один из родителей (законных представителей).

Указанные лица должны иметь при себе документы, удостоверяющие личность.

Рассмотрение апелляции не является передачей государственной итоговой аттестации.

При рассмотрении апелляции о нарушении порядка проведения государственной итоговой аттестации апелляционная комиссия устанавливает достоверность изложенных в ней сведений и выносит одно из решений: об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях порядка проведения государственной итоговой аттестации выпускника не подтвердились и/или не повлияли на результат государственной итоговой аттестации;

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

В последнем случае результат проведения государственной итоговой аттестации подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не

позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию для реализации решения комиссии. Выпускнику предоставляется возможность пройти государственную итоговую аттестацию в дополнительные сроки, установленные образовательной организацией.

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

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

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

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

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

Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит.

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

Кадровое обеспечение ГИА

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих руководство выполнением выпускных квалификационных работ: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю специальности.

Требование к квалификации руководителей ГИА от организации (предприятия): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю специальности.

Темы выпускных квалификационных работ для СПО

42.02.01 «Реклама»

на 2023 год

1. PR коммуникационных проектов в коммерческом секторе (на примере конкретного субъекта)
2. PR-поддержка организации выставочных мероприятий (на примере конкретного субъекта)
3. Адаптация корпоративной культуры зарубежной компании в деятельности ее российского представителя (на примере конкретного субъекта)
4. Адаптация транснационального рекламного продукта на национальном рынке (на примере конкретного субъекта)

5. Анализ потребительских мотивов и его использование в рекламе (на примере конкретного субъекта)
6. Аудит рекламных коммуникаций компании с целевыми аудиториями (на примере конкретного субъекта)
7. Влияние рекламных коммуникаций на поведение потребителей в условиях экономического кризиса (на примере конкретного субъекта)
8. Влияние рекламных коммуникаций на поведение потребителей в условиях экономического кризиса (на примере конкретного субъекта)
9. Выведение и продвижение иностранной лицензионной продукции на российский рынок (на примере конкретного субъекта)
10. Значение и роль корпоративного стиля как вида рекламы.
11. Интеграция ATL- и BTL- коммуникаций предприятия (на примере конкретного субъекта)
12. Модель управления креативным процессом в рекламном агентстве (на примере конкретного субъекта)
13. Организация PR-кампаний в коммерческом секторе (на примере конкретного субъекта)
14. Организация PR-кампаний в органах государственной власти (на примере конкретного субъекта)
15. Организация PR-кампаний НКО (на примере конкретного субъекта)
16. Организация взаимодействий различных сфер бизнеса со СМИ (на примере конкретного субъекта)
17. Организация и анализ форм рекламной деятельности предприятия посредством видеоблогинга в Интернет на примере YouTube (на примере конкретного субъекта)
18. Организация рекламной деятельности предприятия и ее эффективность (на примере конкретного субъекта)
19. Организация специального мероприятия в рамках PR-кампании предприятия (на примере конкретного субъекта)
20. Особенности интерактивной рекламы организаций (на примере конкретного субъекта)
21. Особенности рекламы товаров и услуг для молодежной аудитории (на примере конкретного субъекта)
22. Оценка коммуникативной эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
23. Оценка эффективности информационного сопровождения социально-экономических реформ (или конкретной реформы)

24. Оценка эффективности социальной рекламной кампании (на примере конкретного субъекта)
25. Перспективы использования нативной (естественной) рекламы в современном медиaprостранстве (на примере конкретного субъекта)
26. Планирование рекламных мероприятий организаций (на примере конкретного субъекта)
27. Повышение эффективности PR-деятельности компании (на примере конкретного субъекта)
28. Повышение эффективности PR-процессов в издательском бизнесе (на примере конкретного субъекта)
29. Повышение эффективности использования инструментов Интернет-рекламы (на примере конкретного субъекта)
30. Повышение эффективности использования инструментов событийных PR-технологий (на примере конкретного субъекта)
31. Повышение эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в условиях экономического спада (на примере конкретного субъекта)
32. Повышение эффективности рекламной кампании с помощью digital-коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
33. Построение имиджа отечественного производителя на международном уровне (на примере конкретного субъекта)
34. Построение коммуникации с потребителем посредством социальных медиа (на примере конкретного субъекта)
35. Построение системы внутрикорпоративных коммуникаций в международной компании (на примере конкретного субъекта)
36. Проблемы, методы и принципы оценки эффективности рекламной кампании\деятельности (на примере конкретного субъекта)
37. Программа использования креативных технологий в деятельности рекламных и PR-структур (на примере конкретного субъекта)
38. Производство рекламного продукта (на примере конкретного субъекта)
39. Производство рекламного продукта (на примере конкретного субъекта)
40. Развитие коммуникативной политики (на примере конкретного субъекта)
41. Разработка VTL-кампаний организаций различных отраслей и сфер деятельности (на примере конкретного субъекта)
42. Разработка PR кампании для образовательного учреждения (на примере конкретного субъекта)

43. Разработка PR-кампании в сфере внутрикорпоративных коммуникаций(на примере конкретного субъекта)
44. Разработка PR-кампании для коммерческой/некоммерческой организации (на примере конкретного субъекта)
45. Разработка PR-программы для организации (на примере конкретного субъекта)
46. Разработка и оптимизация структуры рекламного бюджета фирмы (на примере конкретного субъекта)
47. Разработка и реализация программы продвижения исполнителя в российском музыкальном шоу-бизнесе (на примере конкретного субъекта)
48. Разработка и реализация рекламной кампании на рынке конечных потребителей (на примере конкретного субъекта)
49. Разработка и реализация рекламных стратегий для предприятий сферы B2B (на примере конкретного субъекта)
50. Разработка и реализация социальных PR-проектов (на примере конкретного субъекта)
51. Разработка и создание рекламы для франшизы компании “Coffee Like”.
52. Разработка и создание веб-сайта для организации
53. Разработка и создание серии рекламных буклетов для организации.
54. Разработка и создание социальной рекламы.
55. Разработка и создание социальной рекламы.
56. Разработка и создание фирменного стиля для организации “Gamercomp”.
57. Разработка интегрированной стратегии продвижения и реализация рекламной кампании с использованием принципов ИМК (на примере конкретного субъекта)
58. Разработка информационной политики компании в условиях кризиса(на примере конкретного субъекта)
59. Разработка кампании в сфере инвестиционного PR(на примере конкретного субъекта)
60. Разработка коммуникационного сопровождения деятельности компании на рынке Москвы (на примере конкретного субъекта)
61. Разработка комплекса интегрированных коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
62. Разработка креативной стратегии для визуализации рекламной кампании (на примере конкретного субъекта)
63. Разработка креативной стратегии для ИМК кампании (на примере конкретного субъекта)
64. Разработка креативной стратегии рекламной кампании с использованием интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)

65. Разработка креативных идей для рекламы организации
66. Разработка мультимедийного контента в Интернет-маркетинге (на примере конкретного субъекта)
67. Разработка плана PR-мероприятий по выводу предприятия на российский рынок (на примере конкретного субъекта)
68. Разработка плана PR-мероприятий по повышению имиджа (на примере конкретного субъекта)
69. Разработка плана коммуникационной кампании в сети Интернет (на примере конкретного субъекта)
70. Разработка программ совершенствования имиджа коммерческого предприятия (на примере конкретного субъекта)
71. Разработка программы интегрированных коммуникаций для предприятия с использованием социальных сетей (на примере конкретного субъекта)
72. Разработка программы лояльности для клиентов компании B2B-рынка (на примере конкретного субъекта)
73. Разработка программы повышения эффективности деятельности компании в сфере медиа-релейшнз (на примере конкретного субъекта)
74. Разработка программы повышения эффективности коммуникационной активности производственного предприятия (рынок B2B) (на примере конкретного субъекта)
75. Разработка программы повышения эффективности контента ИК-кампании (на примере конкретного субъекта)
76. Разработка программы продвижения предприятия с использованием конвергенции коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
77. Разработка программы продвижения предприятия сферы услуг на столичном рынке (на примере конкретного субъекта)
78. Разработка программы продвижения товаров с использованием интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
79. Разработка программы рекламирования компании на рынке коммуникационных услуг (на примере конкретного субъекта)
80. Разработка программы эффективного использования технологий креативного PR для компании (на примере конкретного субъекта)
81. Разработка рекламного продукта на основе учета модных тенденций (на примере конкретного субъекта)
82. Разработка рекламной кампании при выводе товара/услуги на рынок B2B (на примере конкретного субъекта)

83. Разработка рекламной кампании с использованием Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
84. Разработка рекламной кампании фирмы (на примере конкретного субъекта)
85. Разработка рекламной коммуникации на основе учета кросскультурных факторов (на примере конкретного субъекта)
86. Разработка рекламы для компании “М-Видео” с оптимально -эффективным медиапланом.
87. Разработка рекламы на основе маркетинговых технологий воздействия на потребителя (на примере конкретного субъекта)
88. Разработка рекламы на основе суггестивных технологий воздействия на потребителя (на примере конкретного субъекта)
89. Разработка рекомендаций по созданию службы PR и повышению ее эффективности на предприятии (на примере конкретного субъекта)
90. Разработка стратегии рекламной деятельности организации с использованием современных технологий продвижения в социальных медиа (на примере конкретного субъекта)
91. Разработка стратегии рекламной деятельности предприятия (на примере конкретного субъекта)
92. Разработка стратегии рекламной деятельности предприятия с использованием новых медиа (на примере конкретного субъекта)
93. Разработка художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы.
94. Разработка художественных решений (макеты, композиции, изображения, типографики) рекламы.
95. Разработка ребрендинга для организации
96. Разработка, создание и продвижение рекламы в интернете для организации.
97. Совершенствование рекламной деятельности предприятия при использовании Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта)
98. Совершенствование сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет (на примере конкретного субъекта)
99. Создание креативной рекламы для организации.
100. Создание нового бренда для организации “Setters” с разработкой стратегий его продвижения.
101. Создание презентации товара для организации
102. Создание фотокаталога для организации.

103. Социальные медиа как механизм построения коммуникации в современном обществе (на примере конкретного субъекта)
104. Стратегическое планирование рекламных кампаний бизнеса в Интернете (на примере конкретного субъекта)
105. Укрепление имиджа организации средствами PR (на примере конкретного субъекта)
106. Управление выставочной деятельностью компании (на примере конкретного субъекта)
107. Управление интегрированной коммуникационной кампанией предприятия (на примере конкретного субъекта)
108. Управление потребительской мотивацией/поведением с помощью художественно-выразительных средств в рекламной коммуникации (на примере конкретного субъекта)
109. Управление эффективностью рекламной деятельности на предприятиях розничной торговли (на примере конкретного субъекта)
110. Формирование имиджа компании средствами рекламы (на примере конкретного субъекта)
111. Формирование имиджа руководителя компании (на примере конкретного субъекта)
112. Формирование потребительских предпочтений средствами рекламы (на примере конкретного субъекта)
113. Формирование рекламных стратегий в условиях новых коммуникативных практик (на примере конкретного субъекта)
114. Формирование репутации компании на основе PR-коммуникации (на примере конкретного субъекта)
115. Формирование систем делопроизводства для рекламных кампаний организаций различных отраслей и сфер деятельности (на примере конкретного субъекта)
116. Формирование стратегии разработки нестандартных рекламных коммуникаций для предприятий различных отраслей и сфер бизнеса (на примере конкретного субъекта)
117. Формирование устойчивого позитивного общественного мнения и имиджа организации (на примере конкретного субъекта)

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая
организация**

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Директору колледжа

от студента (ки) _____ курса
специальности СПО _____
форма обучения _____

(Ф.И.О. полностью)

ЗАЯВЛЕНИЕ

*О закреплении темы
выпускной квалификационной работы*

Для прохождения итоговой аттестации в период 202_ -202__ учебного года
прошу закрепить за мной тему выпускной квалификационной работы в форме
дипломной работы, утвержденную приказом директора ПО АНО МИБиУ № ____
от «__» _____ 202__ г.:

Тема № _____
(наименование темы)

_____ (подпись студента) _____ (расшифровка)
«__» _____ 202__ г

Научный
руководитель: _____
Ф.И.О.

Контактный телефон: _____
Email: _____

Согласовано:
Директор колледжа

Подпись

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая
организация**

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Директору колледжа

от студента (ки) _____ курса
специальности СПО _____
форма обучения _____

(Ф.И.О. полностью)

ЗАЯВЛЕНИЕ

О согласовании темы

выпускной квалификационной работы

Для прохождения итоговой аттестации в период 202__-202__ учебного года
прошу согласовать и закрепить за мной тему выпускной квалификационной
работы в форме дипломной работы, согласованную с

(наименование организации – работодателя)

Наименование темы:

СОГЛАСОВАНО:

(наименование должности) (подпись) (расшифровка)

«__» _____ 202__ г

МП

(подпись студента) (расшифровка)

«__» _____ 202__ г

Научный руководитель: _____

Ф.И.О.

Контактный телефон: _____

E-mail: _____

Согласовано:

Директор колледжа

Подпись

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая
организация**

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

Директору колледжа

от студента (ки) _____ курса
специальности СПО _____
форма обучения _____

_____ (Ф.И.О. полностью)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить мне тему выпускной квалификационной работы, не включенную в список тем, утвержденных приказом директора ПО АНО МИБиУ № ___ от «__» _____ 202__ г.:

« _____
_____ »

Научный руководитель: _____
(Ф.И.О.)

Контактный телефон: _____

E-mail: _____

Согласовано:
Директор колледжа

Подпись

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая
организация
«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)**

Специальность **42.02.01 Реклама**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

« _____ »

Студент

Ф.И.О. (полностью)

(подпись)

Руководитель ВКР

ученая степень, звание

Ф.И.О. (полностью)

(подпись)

Допущена к защите
Директор колледжа

« ____ » _____ 20__ г.

Москва
2024г.

Выпускная квалификационная работа состоит из _____ страниц

- основная часть _____ страниц

- приложения _____ страниц

Работа выполнена мной совершенно самостоятельно.

На все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеются ссылки.

Студент _____
Ф.И.О.

Подпись

дата

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая
организация**

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор колледжа

« _____ » _____ 20__ г.

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма обучения _____

ПЛАН–ПРОЕКТ

Выпускной квалификационной работы на тему

« _____
_____ »

студента _____
(Ф.И.О. полностью)

Цели и задачи работы _____

ВВЕДЕНИЕ.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.

1.1. Подглава.

1.2. Подглава.

ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.

2.1. Подглава.

2.2. Подглава.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.

ПРИЛОЖЕНИЯ (при необходимости, но желательно).

Студент _____

« _____ » _____ 20__ г.

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая
организация**

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор колледжа

« _____ » _____ 20__ г.

ПЛАН-ГРАФИК

подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы студента по
специальности 42.02.01 Реклама

(шифр и название)

(Ф.И.О. полностью)

форма обучения _____.

№ п/г	Выполняемые работы и мероприятия	Срок выполнения	Отметка о выполнении и решении руководства
1	Выбор темы и согласование ее с руководителем	22.12.2023	
2	Подбор литературы, ее изучение и обработка. Составление библиографии по основным источникам	12.01.2024 10.02.2024	
3	Составление плана выпускной квалификационной работы и согласование ее с руководителем		
4	Разработка и представление на проверку первой главы	12.01.2024 10.02.2024	
5	Накопление, систематизация и анализ практических материалов		
6	Разработка и представление на проверку второй главы	22.02.2024	
7	Согласование с руководителем выводов и предложений		
8	Передача работы руководителю для экспертизы	24.02.2024 17.03.2024	
9	Переработка (доработка) выпускной квалификационной работы в соответствии с замечаниями руководителя	20.03.2024	
10	Сдача выпускной квалификационной работы на отзыв и рецензию руководителю	14.04.2024	100%
11	Представление выпускной квалификационной работы в учебный отдел	13.05.2024	
12	Разработка тезисов и презентационных материалов для защиты	19.05.2024	

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая
организация**

«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор колледжа

« _____ » _____ 20__ г.

Специальность **42.02.01 Реклама**

Форма обучения _____

**ЗАДАНИЕ
ПО ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ**

Студент _____

1. Тема выпускной квалификационной работы _____

2. Срок сдачи студентом законченной работы: _____

3. Исходные данные по работе _____

4. Содержание расчетно-пояснительной записки _____

5. Перечень графического материала _____

6. Консультации по разделам работы _____

Раздел	Руководитель ВКР	Подпись, дата	
		Задание выдал	Задание принял

7. Дата выдачи задания _____

Руководитель выпускной квалификационной работы _____
(подпись)

Студент _____
(подпись)

**Профессиональная образовательная автономная некоммерческая
организация**

**«Международный институт бизнеса и управления» (колледж)
РЕЦЕНЗИЯ**

На выпускную квалификационную работу _____

_____ (Ф.И.О. полностью)

На тему « _____ »

ВЫВОД:

Выпускная квалификационная работа выполнена студентом

В соответствии с заданием, в полном объеме,
заслуживает _____ оценки и присвоения степени _____

Рецензент _____

(разборчиво: фамилия, имя, отчество, ученая степень, звание и должность)

Подпись _____

« _____ »

_____ 20 ____ г.

Примечание: рецензия должна обязательно включать:

1. Заключение о соответствии выполненной работы заданию.
2. Характеристику выполнения разделов выпускной квалификационной работы, использование студентом последних достижений науки.
3. Оценку качества выпускной квалификационной работы.
4. Перечень положительных качеств работы и ее основных недостатков.
5. Отзыв о выпускной квалификационной работе, заключение о возможности использования ее на практике.
6. Оценку выпускной квалификационной работы и точку зрения рецензента.

Председателю апелляционной
комиссии

Студента ФИО _____

формы обучения _____

по специальности

А П Е Л Л Я Ц И Я

Прошу Вас пересмотреть результаты государственной итоговой аттестации в форме защиты выпускной квалификационной работы в связи с тем, что

« » _____ 20

подпись

фамилия, инициалы

ПРОТОКОЛ № _____
ЗАСЕДАНИЯ АПЕЛЛЯЦИОННОЙ КОМИССИИ
по результатам государственной итоговой аттестации, обучающихся по
образовательной
программе среднего профессионального образования

Код и наименование специальности _____

Образовательная программа _____

Форма обучения: _____

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель
комиссии

Члены комиссии:

СЛУШАЛИ:

Председателя комиссии о рассмотрении апелляций. _____ :

ПОСТАНОВИЛИ:

1. По апелляции обучающегося _____
фамилия, имя, отчество (при наличии)
обучающегося

Итоги голосования:

«За» - _____ голосов

«Против» - _____ голосов

«Воздержался» - _____ голосов

Решение принято единогласно (если
все «за») или Решение принято
большинством голосов.