

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**  
**(Финансовый университет)**

Уральский филиал Финуниверситета  
Кафедра «Экономика, финансы и управление»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ**  
**ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ**  
**ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА**

Челябинск - 2026

ОДОБРЕН

Предметно-цикловой комиссией  
профессиональных дисциплин  
Протокол № 6  
от «27» января 2026 г.  
Председатель предметно-цикловой  
комиссии



Н.В.Угрюмова

Разработан на основе  
Федерального государственного образовательного  
стандарта среднего профессионального образования  
(далее – ФГОС СПО) по специальности  
42.02.01 Реклама

Директор Уральского филиала Финуниверситета



И.А.Кравченко

Составители:

Калмакова Н.А., к.э.н., доцент, заместитель директора по учебно-методической работе Уральского филиала федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

Угрюмова Н.В., к.э.н., доцент, заведующий кафедрой «Экономика, финансы и управление» Уральского филиала федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

Согласовано:

Руководителем Департамента инвестиционной деятельности АНО «Агентство инновационного и инвестиционного развития города Челябинска» Степановой Т.А.

## **1. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ГИА**

Программа государственной итоговой аттестации (далее - ГИА) является частью образовательной программы специалистов среднего звена Уральского филиала Федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по специальности 42.02.01 Реклама, в соответствии с ФГОС, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 21.07.2023 г. № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

**Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы:**  
«Специалист по рекламе».

**База приема на образовательную программу:** Среднее общее образование.

**Нормативные документы, на основе которых разработана Программа государственной итоговой аттестации:**

- Федеральный закон «Об образовании в РФ» от 29 декабря 2012 г. № 273;
- ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама». Утвержден Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г. № 552;
- Федеральный закон от 29.12.2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 г. № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 сентября 2022 г., регистрационный № 70167);
- Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 8.11.2021 г. № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 7 декабря 2021 г., регистрационный № 66211), с изменениями, внесенными призом Министерством просвещения Российской Федерации от 5 мая 2022 г. № 311 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 мая 2022 г., регистрационный № 68606);
- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 г. №885/390 «О практической подготовке обучающихся» (Зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2020 г.);
- Приказ Финансового университета от 06.02.2020 г № 0229/о «Об утверждении Положения о проведении демонстрационного экзамена в Финансовом университете»;
- Приказ Финансового университета от 10.10.2022 г. № 2276/о «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования в Финансовом университете»;
- Приказ Финансового университета от 19.12.2022 г. № 3080/о «Об утверждении Положения о дипломном проекте (работе) по образовательным программам среднего профессионального образования в Финансовом университете».

### **Результаты освоения образовательной программы:**

Образовательная программа по специальности 42.02.01 Реклама, соответствует квалификации - «Специалист по рекламе».

Выпускник, освоивший программу, должен обладать следующими компетенциями, соответствующими основным видам деятельности:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

### **ФОРМЫ ГИА**

Государственная итоговая аттестация проводится в виде:

- выпускной квалификационной работы, которая выполняется в виде дипломной работы (проекта);
- демонстрационного экзамена.

## **ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ЭКЗАМЕН**

Демонстрационный экзамен профильного уровня проводится на основании заявлений студентов на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего профессионального образования, установленных ФГОС СПО, а также квалификационных требований, заявленных организациями, работодателями, заинтересованными в подготовке кадров соответствующей квалификации, в том числе являющимися стороной договора о сетевой форме реализации образовательных программ и (или) договора о практической подготовке обучающихся (далее - организации- партнеры).

Демонстрационный экзамен предусматривает моделирование реальных производственных условий для решения выпускниками практических задач профессиональной деятельности.

Демонстрационный экзамен профильного уровня проводится с использованием единых оценочных материалов, включающих в себя конкретные комплекты оценочной документации, варианты заданий и критерии оценивания, разрабатываемых оператором.

Комплект оценочной документации включает комплекс требований для проведения демонстрационного экзамена, перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания, план застройки площадки демонстрационного экзамена, требования к составу экспертных групп, инструкции по технике безопасности, а также образцы заданий.

Задание демонстрационного экзамена включает комплексную практическую задачу, моделирующую профессиональную деятельность и выполняемую в режиме реального времени.

Комплекты оценочной документации для проведения демонстрационного экзамена профильного уровня разрабатываются оператором с участием организаций-партнеров, отраслевых и профессиональных сообществ. Министерство просвещения Российской Федерации обеспечивает размещение разработанных комплектов оценочной документации на официальном сайте оператора в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее — сеть «Интернет») не позднее 1 октября года, предшествующего проведению государственной итоговой аттестации.

Оценка выполнения заданий демонстрационного экзамена осуществляется экспертно.

Прежде чем приступить к выполнению задания следует внимательно ознакомиться с его содержанием. При ответе следует опираться на действующие законы, постановления, приказы, регулирующие бухгалтерский учет и налогообложение в Российской Федерации; компетенции и требования, предъявляемые к бухгалтерам на современном рынке труда.

Формулировки составляются с использованием программы Word, распечатываются на листах формата А4.

Для проведения демонстрационного экзамена могут привлекаться волонтеры с целью обеспечения безопасных условий выполнения заданий ДЭ обучающимися, в том числе для обеспечения соответствующих условий для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

Проведение демонстрационного экзамена возможно только на площадке, материально-техническое оснащение которой соответствует требованиям проведения ДЭ.

Организация, которая на своей площадке проводит демонстрационный экзамен, обеспечивает условия проведения экзамена, в том числе питьевой режим, горячее питание, безопасность, медицинское сопровождение и техническую поддержку.

Для проведения демонстрационного экзамена при ГЭК в филиале создается экспертная группа (группы), которую возглавляет главный эксперт. При проведении демонстрационного экзамена в состав ГЭК входят также эксперты из состава экспертной группы.

Председатель ГЭК по решению образовательной организации и при условии наличия соответствующего сертификата может быть предложен для выполнения функций главного эксперта на площадке проведения демонстрационного экзамена.

Условием допуска к демонстрационному экзамену в рамках ГИА является отсутствие у обучающегося академической задолженности и в полном объеме выполненный учебный план или индивидуальный учебный план по осваиваемой образовательной программе среднего профессионального образования. Обучающийся допускается к прохождению демонстрационного экзамена на основании документа, удостоверяющего личность.

Обучающиеся, не явившиеся на демонстрационный экзамена без уважительной причины или получившие неудовлетворительные результаты при прохождении ПА, вправе повторить прохождения аттестационного испытания в форме демонстрационного экзамена в установленные в филиале сроки. Обучающиеся, не явившиеся на демонстрационный экзамена без уважительной причины или получившие неудовлетворительные результаты при прохождении ГИА, вправе повторить прохождения аттестационного испытания в форме демонстрационного экзамена не ранее чем через шесть месяцев после прохождения ГИА впервые.

Повторное прохождение аттестационного испытания в форме демонстрационного экзамена назначается не более двух раз.

Процедура оценивания результатов выполнения экзаменационных заданий демонстрационного экзамена осуществляется в соответствии с правилами, предусмотренными оценочной документацией. Одно из главных требований при выполнении оценки заданий демонстрационного экзамена - это обеспечение равных условий для всех участников демонстрационного экзамена. На основании итогового протокола члены ГЭК переводят полученные баллы в отметку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Задания демонстрационного экзамена оценивают эксперты, работающие на площадке. Все эксперты должны иметь свидетельство, дающее право на участие и оценку демонстрационного экзамена и являться работниками организаций, осуществляющих деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник или быть представителями других образовательных организаций.

Процедура оценивания результатов выполнения экзаменационных заданий демонстрационного экзамена осуществляется в соответствии с правилами, предусмотренными оценочной документацией. Одно из главных требований при выполнении оценки заданий демонстрационного экзамена - это обеспечение равных условий для всех участников демонстрационного экзамена. На основании итогового протокола члены ГЭК переводят полученные баллы в отметку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

<b>Оценка ГИА</b>	<b>«2»</b>	<b>«3»</b>	<b>«4»</b>	<b>«5»</b>
Отношение полученного количества баллов к максимально-возможному, в процентах	0,00-19,99	20,00-49,99	50,00-74,99	75,00-100,00
<b>Отношение полученного количества баллов к оценке, в баллах</b>				
<b>профильный уровень (максимально 80 баллов)</b>	0-7,99	8-39,99	40-59,99	60-80

## **ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ (РАБОТА)**

Тематика дипломного проекта (работы) определяется Уральским филиалом Финуниверситета.

Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей тематики с обоснованием целесообразности ее разработки. Выбор темы дипломной работы студентом осуществляется до начала производственной практики, так как при ее прохождении студент должен собрать материал для выполнения дипломного проекта (работы). Обязательное требование - соответствие тематики дипломного проекта (работы) содержанию одного или нескольких профессиональных модулей. При подготовке дипломной работы студенту назначается научный руководитель.

К дипломному проекту (работе), как завершающему этапу обучения студентов, предъявляются следующие требования:

- глубокое теоретическое обоснование и раскрытие сущности экономических проблем на основе анализа экономической литературы;
- наличие элементов самостоятельного анализа на основе применения знаний и навыков, полученных за годы учебы;
- знание законодательных, нормативных и инструктивных материалов по вопросам, рассматриваемым в дипломном проекте (работе) и умение применять их при анализе конкретных проблем и ситуаций;
- четкое понимание теоретических основ исследуемой проблемы, включая критическую оценку литературных источников и различных взглядов ученых и практиков, в том числе и зарубежных;
- систематизация и анализ статистических данных, полученных из статистических сборников, отчетных материалов, периодической и специальной литературы; представление их в виде таблиц, диаграмм и графиков;
- критический подход к анализируемым материалам с целью выявления основных направлений;
- самостоятельное, грамотное и последовательное изложение материала и оформление работы в соответствии с требованиями.

Студент в дипломном проекте (работе) должен показать умение грамотно и хорошо излагать свои мысли, аргументировать свои предложения, правильно и свободно пользоваться специальной общепринятой экономической терминологией. В процессе подготовки и защиты дипломного проекта (работы) раскрываются творческие способности студентов.

Темы дипломных проектов (работ) (Приложение №1) определяются преподавателями, рассматриваются предметно-цикловыми комиссиями, утверждаются приказом директора филиала. Студенту предоставляется право выбора темы дипломного проекта (работы), или написание работы по своей тематике с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. Обязательное требование - соответствие тематики дипломной работы содержанию одного или нескольких профессиональных модулей.

Руководители дипломного проекта (работы) назначаются приказом директора филиала.

В соответствии с утвержденными темами руководители дипломного проекта (работы) разрабатывают индивидуальные задания для каждого студента. Задания на дипломный проект (работу) рассматриваются предметно-цикловыми комиссиями, и утверждаются заведующим кафедрой.

Задание на дипломный проект (работу) студенту выдается руководителем дипломного проекта (работы) не позднее, чем за две недели до начала преддипломной практики. Выдача заданий на дипломный проект (работу) сопровождается консультацией, в ходе которой разъясняются назначение и задачи, структура и объем работы, принципы разработки и оформления, примерное распределение времени на выполнение отдельных частей дипломного проекта (работы).

Общее руководство и контроль над ходом выполнения дипломного проекта (работы) осуществляют заместитель директора по учебно-методической работе, заведующий кафедрой, председатели предметно-цикловых комиссий в соответствии с должностными обязанностями.

Для проведения ГИА в структурном подразделении создается ГЭК по каждой образовательной программе среднего профессионального образования. ГЭК возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность государственной экзаменационной комиссии, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам. ГЭК формируется из педагогических работников структурного подразделения Финансового университета, лиц, приглашенных из сторонних организаций, в том числе педагогических работников, представителей работодателей или их объединений, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники.

К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по осваиваемой образовательной программе среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

Защита дипломного проекта (работы) проводится на открытых заседаниях ГЭК с участием не менее двух третей ее состава.

Решение ГЭК принимается на закрытом заседании, при обязательном присутствии председателя ГЭК или его заместителя, простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании (при равном числе голосов голос председателя является решающим).

Критерии оценки уровня подготовки студента по специальности 42.02.01 Реклама представлены в Приложении 2.



**Примерная тематика дипломного проекта (работы)  
специальности 42.02.01 Реклама**

1. Разработка серии печатных рекламных материалов для продвижения локального бренда (на примере...).
2. Создание аудиорекламы для радиостанции (формат 15/30 сек) и обоснование выбора временных слотов.
3. Разработка макета наружной рекламы (билборд, сити-формат) для товаров повседневного спроса.
4. Дизайн-концепция полиграфической продукции для рекламной кампании в сфере HoReCa.
5. Разработка брендбука малого предприятия (на конкретном примере).
6. Создание серии сувенирной продукции как инструмента формирования лояльности.
7. Разработка интерактивного рекламного модуля для сайта (баннер, лендинг секция).
8. Визуальная концепция упаковки как носителя рекламного сообщения.
9. Разработка тизерной рекламы для запуска нового продукта на рынке.
10. Создание видеоролика для социальных сетей (Reels/Shorts) с нуля: сценарий, съемка, монтаж.
11. Разработка стратегии продвижения бренда в TikTok (на примере...).
12. Создание контент-плана и визуального оформления Instagram-аккаунта\* (\*признан экстремистским в РФ) салона красоты.
13. Настройка таргетированной рекламы в VK для увеличения продаж интернет-магазина одежды.
14. Анализ эффективности контекстной рекламы (Яндекс.Директ) для сферы услуг (клининг, ремонт).
15. Разработка стратегии email-маркетинга для удержания клиентов онлайн-школы.
16. SEO-оптимизация текстов для продвижения коммерческого сайта (ниша: строительные материалы).
17. Сравнительный анализ эффективности рекламы у блогеров микро- и макроуровня.
18. Разработка рекламного контента для Telegram-канала (медиапланирование, копирайтинг).
19. Создание воронки продаж через комбинацию таргета ВК и чат-бота.
20. Использование UGC (пользовательского контента) в рекламе молодежных брендов одежды.
21. Разработка серии рекламных текстов для наружной рекламы (копирайтинг, заголовки, слоганы).
22. Создание коммерческого предложения, увеличивающего конверсию (на примере B2B-услуг).
23. Разработка нейминга и легенды бренда для стартапа в сфере здорового питания.
24. Написание сценариев для видео-обзоров и их влияние на продажи (DIY-магазин).
25. Адаптация рекламных текстов для разных рекламных площадок (ВК, Авито, Юла).
26. Разработка медиаплана для локальной рекламной кампании (бюджет до 500 000 руб.).
27. Оценка экономической эффективности ATL- и BTL-рекламы (на реальных данных предприятия).
28. Анализ психологической эффективности рекламы (метод фокус-групп или А/Б тестирование).

29. Разработка системы KPI для отдела маркетинга торговой компании.
30. Анализ конкурентной среды и выбор оптимального рекламного канала (ниша: детские товары).
31. Разработка метода расчета бюджета на рекламу для стартапа (методы Дорффмана-Стимана и пр.).
32. Исследование возврата инвестиций (ROI) в баннерную рекламу.
33. Разработка PR-кампании по выводу нового продукта на рынок.
34. Организация и проведение BTL-акции (промо, дегустация, спонсоринг) для продвижения бренда.
35. Разработка антикризисного PR-плана для компании в условиях негатива в соцсетях.
36. Создание и продвижение тематического мероприятия (ивент-маркетинг) для привлечения СМИ.
37. Написание пресс-релиза и организация пресс-конференции (макет мероприятия).
38. Разработка программы лояльности с элементами геймификации.
39. Разработка социальной рекламы на тему экологии (макеты, сценарии, размещение).
40. Создание рекламной кампании для некоммерческой организации (фонд помощи животным).
41. Особенности рекламы в сфере красоты: разработка комплекта материалов для салона.
42. Рекламное обеспечение фестиваля / городского события (афиши, билеты, флаеры, соцсети).
43. Разработка стратегии продвижения услуг репетиторского центра на локальном рынке.
44. Рекламная кампания для загородного отеля (таргет + директ-мейл + сайт).
45. Продвижение стоматологической клиники: работа с отзывами и кейсами.
46. Влияние цвета и шрифта в наружной рекламе на скорость запоминания (эксперимент).
47. Анализ семиотики рекламных образов в гляцевых журналах (за 2024-2025 гг.).
48. Сравнение эффективности "длинных" и "коротких" видео в рекламе в YouTube/VK Видео.
49. Психологические приемы в нейромаркетинге: разработка макета с их использованием.
50. Разработка омниканальной рекламной кампании (офлайн+онлайн) для сети кофеен.

**Критерии оценки уровня подготовки студента по специальности  
42.02.01 Реклама:**

Критерии	Показатели			
	Оценки «2-5»			
	«2»	«3»	«4»	«5»
Актуальность	Актуальность исследования специально автором не обосновывается. Сформулированы цель, задачи не точно и не полностью, (работа не зачтена - необходима доработка). Неясны цели и задачи работы (либо они есть, но абсолютно не согласуются с содержанием)	Актуальность либо вообще не сформулирована, либо сформулирована в самых общих чертах - проблема не выявлена и, что самое главное, не аргументирована (не обоснована со ссылками на источники). Не четко сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования, методы, используемые в работе	Автор обосновывает актуальность направления исследования в целом, а не собственной темы. Сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования. Тема работы сформулирована более или менее точно (то есть отражает основные аспекты изучаемой темы)	Актуальность проблемы исследования обоснована анализом состояния действительности. Сформулированы цель, задачи, предмет, объект исследования, методы, используемые в работе
Логика работы	Содержание и тема работы плохо согласуются между собой	Содержание и тема работы не всегда согласуются между собой. Некоторые части работы не связаны с целью и задачами работы	Содержание, как целой работы, так и её частей связано с темой работы, имеются небольшие отклонения. Логика изложения, в общем и целом, присутствует - одно положение вытекает из другого	Содержание, как целой работы, так и её частей связано с темой работы. Тема сформулирована конкретно, отражает направленность работы. В каждой части (главе, параграфе) присутствует обоснование, почему эта часть рассматривается в рамках

				данной темы
Литература	Студент совсем не ориентируется в тематике, не может назвать и кратко изложить содержание используемых книг. Изучено менее 5 источников	Изучено менее десяти источников. Студент слабо ориентируется в тематике, путается в содержании используемых книг	Изучено более десяти источников. Студент ориентируется в тематике, может перечислить и кратко изложить содержание используемых книг	Количество источников более 20. Все источники, представленные в библиографии, использованы в работе. Студент легко ориентируется в тематике, может перечислить и кратко изложить содержание используемых книг
Сроки	Работа сдана с опозданием (более 3-х дней задержки)	Работа сдана с опозданием (более 3-х дней задержки)	Работа сдана в срок (либо с опозданием в 2-3 дня)	Работа сдана с соблюдением всех сроков
Оформление работы	Много нарушений правил оформления и низкая культура ссылок	Представленная работа имеет отклонения и не во всем соответствует требованиям, предъявляемым к такого рода работам	Есть некоторые недочеты в оформлении работы, в оформлении ссылок	Соблюдены все правила оформления работы
Самостоятельность в работе	Большая часть работы списана из одного источника, либо заимствована из сети Интернет. Авторский текст почти отсутствует (или присутствует только авторский текст.) Научный руководитель не знает ничего о процессе написания	Самостоятельные выводы либо отсутствуют, либо присутствуют только формально. Студент недостаточно хорошо ориентируется в тематике, путается в изложении содержания. Слишком большие отрывки (более двух	После каждой главы, параграфа автор работы делает выводы. Выводы порой слишком расплывчаты, иногда не связаны с содержанием параграфа, главы Студент не всегда обоснованно и конкретно выражает свое мнение по	После каждой главы, параграфа автор работы делает самостоятельные выводы. Студент четко, обоснованно и конкретно выражает свое мнение по поводу основных аспектов содержания работы. Из разговора со студентом

	студентом работы, студент отказывается показать черновики, конспекты	абзацев) переписаны из источников	поводу основных аспектов содержания работы	научный руководитель делает вывод о том, что студент достаточно свободно ориентируется в терминологии, используемой в работе
Защита работы	Студент совсем не ориентируется в терминологии работы	Студент, в целом, владеет содержанием работы, но при этом затрудняется в ответах на вопросы членов ГАК. Допускает неточности и ошибки при толковании основных положений и результатов работы, не имеет собственной точки зрения на проблему исследования. Студент показал слабую ориентировку в тех понятиях, терминах, которые она (он) использует в своей работе. Защита, по мнению членов комиссии, прошла сбивчиво, неуверенно и нечетко	Студент достаточно уверенно владеет содержанием работы, в основном, отвечает на поставленные вопросы, но допускает незначительные неточности при ответах. Использует наглядный материал. Защита прошла, по мнению комиссии, хорошо (оценивается логика изложения, уместность использования наглядности, владение терминологией и др.)	Студент уверенно владеет содержанием работы, показывает свою точку зрения, опираясь на соответствующие теоретические положения, грамотно и содержательно отвечает на поставленные вопросы. Использует наглядный материал: презентации, схемы, таблицы. Защита прошла успешно с точки зрения комиссии (оценивается логика изложения, уместность использования наглядности, владение терминологией и др.)
	Оценка «2» ставится, если студент обнаруживает непонимание содержательных основ проведенного исследования и	Оценка «3» ставится, если студент на низком уровне владеет методологическим аппаратом исследования, допускает неточности при	Оценка «4» ставится, если студент на достаточно высоком уровне овладел методологическим аппаратом исследования, осуществляет	Оценка «5» ставится, если студент на высоком уровне владеет методологическим аппаратом исследования, осуществляет сравнительно

	<p>неумение применять полученные знания на практике, защиту строит не связно, допускает существенные ошибки, в теоретическом обосновании, которые не может исправить даже с помощью членов комиссии, практическая часть дипломного проекта (работы) не выполнена</p>	<p>формулировке теоретических положений дипломного проекта (работы), материал излагается не связно, практическая часть дипломного проекта (работы) выполнена некачественно</p>	<p>содержательный анализ теоретических источников, но допускает отдельные неточности в теоретическом обосновании или допущены отступления в практической части от законов композиционного решения</p>	<p>сопоставительный анализ разных теоретических подходов, практическая часть дипломного проекта (работы) выполнена качественно и на высоком уровне</p>
--	--	--	---	--

## Примерный перечень практических заданий

### Практическое задание 1. Анализ целевой аудитории (ЦА)

**Ситуация:** Вы разрабатываете рекламную кампанию для бренда премиальных кофеен «BeanStory». Основная цель — повысить лояльность среди офисных сотрудников в возрасте 25–40 лет с доходом от 80 000 руб./мес.

**Задание:** Напишите два наиболее важных психографических критерия (не демографических и не географических) для сегментации этой аудитории.

**Ответ:**

*Ценности и образ жизни:* ориентация на статус, качество, перерывы «для себя» (work-life balance), ценность персонального сервиса.

*Поведенческий паттерн:* привычка работать удаленно или в гибридном формате, потребность в быстром, но качественном кофе без потери времени (лате за 3 минуты).

### Практическое задание 2. Разработка УТП (уникального торгового предложения)

**Ситуация:** Студия ремонта «Мастер Кит» делает ремонт «под ключ» быстрее конкурентов (за 30 дней вместо 60), но дороже на 15%. Конкуренты обещают «евроремонт» и «индивидуальный дизайн».

**Задание:** Сформулируйте УТП для листовки, используя формулу «Продукт + выгода + ограничение по времени».

**Ответ:**

«Ремонт под ключ от “Мастер Кит”: сдаем квартиру за 30 дней — иначе вернем деньги за материалы. Успеете записаться на замер до 15 мая».

### Практическое задание 3. Расчет простого медиапоказателя (CPM)

**Ситуация:** Вы размещаете баннерную рекламу в паблике ВК за 15 000 руб. Охват (показы) составил 250 000 человек. Кликов по баннеру — 500.

**Задание:** Рассчитайте CPM (стоимость 1 000 показов).

**Ответ:**

Формула:  $(\text{Стоимость размещения} / \text{Охват}) \times 1000$ .  
 $(15\,000 \text{ руб.} / 250\,000) \times 1000 = 0,06 \times 1000 = 60 \text{ руб.}$   
(CPM = 60 рублей за 1000 показов).

### Практическое задание 4. Оценка макета на соответствие закону (ФЗ «О рекламе»)

**Ситуация:** К вам пришел клиент — медицинский центр. Просит сделать баннер с текстом: «Единственная клиника в городе с 100% гарантией излечения от аллергии навсегда. Лучшие врачи России. Только сегодня скидка 70%».

**Задание:** Найдите три нарушения ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ (связанных с медициной и гарантиями).

**Ответ:**

Гарантия излечения — в рекламе мед. услуг запрещено использовать слова «100%», «навсегда», «гарантия результата» (ст. 7, ч. 1, п. 7).

Превосходная степень «лучшие» без документального подтверждения (ч. 1, ст. 5 — недостоверная реклама).

«Только сегодня скидка 70%» — указание срока действия акции без информации об условиях её получения (ч. 4, ст. 9).

### **Практическое задание 5. Копирайтинг: заголовок по AIDA**

**Ситуация:** Нужен заголовок для Instagram-поста фитнес-клуба «Energy Fit». Акция: первый месяц тренировок с персональным тренером — 5 000 руб. (вместо 15 000).

**Задание:** Напишите заголовок, который последовательно проходит 4 этапа формулы AIDA (Attention → Interest → Desire → Action).

**Ответ (пример):**

**Внимание:** «СТОП! Ты всё ещё платишь 15 000 за фитнес?»

**Интерес:** «Что, если я скажу, что первый месяц с тренером стоит всего 5 000?»

**Желание:** «Результат без травм, контроль техники и идеальная программа лично для тебя».

**Действие:** «Запишись по ссылке сегодня — осталось 5 мест на акцию».