

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
журналистики, д.ф.и., проф.
В.В.Тулупов
« 05 » 05 2013



УТВЕРЖДАЮ
Начальник УПРОД
(отделение СПО)
И.Е.Воронина
« 05 » 05 2013
г.

ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ
по специальности 031601 «Реклама»
(базовый уровень среднего профессионального образования)

Программа государственной аттестации выпускников по специальности 031601 «Реклама» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, Рекомендациями по организации государственной аттестации выпускников образовательных учреждений среднего профессионального образования (письмо Министерства общего и профессионального образования РФ от 10.07.1998 г. № 12-52-111 ин/12-13) и Положением об итоговой государственной аттестации выпускников образовательных учреждений среднего профессионального образования в РФ, утвержденном Постановлением Госкомвуза России от 27.12.95 г. № 10.

Цель государственной аттестации – установить соответствие уровня и качества подготовки выпускников Государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования в части государственных требований к минимуму содержания и уровню их подготовки.

При разработке программы государственной аттестации определены:

1. Вид государственной аттестации – итоговый междисциплинарный экзамен по специальности.
2. Объем времени на подготовку и проведение государственной аттестации – 4 недели.
3. Сроки подготовки: 01.06.2014 – 14.06.2014; сроки проведения государственной аттестации – 15.06.2014 – 28.06.2014г.
4. Необходимые документы для проведения государственной аттестации: Государственные требования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников, Программа государственной аттестации, приказ ректора университета о допуске студентов к государственной аттестации, сведения об успеваемости студентов, зачетные книжки студентов, книга протоколов ГАК.
5. Необходимые экзаменационные материалы: экзаменационные билеты (не менее 25 билетов).
6. Наименование дисциплин, включаемых в Программу государственной аттестации: Рекламная деятельность, Фотореклама, Менеджмент, Маркетинг, Перспектива, Техника печати.
7. Форма проведения междисциплинарного экзамена – устный экзамен по билетам. Каждый билет включает два теоретических вопроса по дисциплинам. Вопросы по дисциплинам (приложение 1).
8. Условия подготовки - в соответствии с Положением об итоговой аттестации выпускников образовательных учреждений среднего профессионального образования в РФ (Постановление Госкомвуза от 27.12.95. № 10). В течение двух недель, которые отведены на подготовку, для студентов проводятся

консультации и обзорные лекции по всем дисциплинам, включенным в Программу государственной аттестации.

9. Процедура проведения – экзамен проводится в течение одного дня. На подготовку ответа студентам отводится 45 минут. Одновременно готовиться может не более 6 человек.

10. Сдача итогового междисциплинарного экзамена по специальности осуществляется на открытых заседаниях аттестационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

11. Критерии оценки уровня и качества подготовки выпускника:

- уровень освоения студентом материала, предусмотренного учебными программами дисциплин;
- уровень практических умений, продемонстрированных выпускником при выполнении практических заданий;
- уровень знаний и умений, позволяющий решать ситуационные (профессиональные) задачи;
- обоснованность, четкость, краткость изложения ответов;
- успеваемость студента по всем дисциплинам, а также выполнение им всех требований учебного плана.

12. Решение об оценке, о присвоении квалификации и выдаче диплома принимается Государственной аттестационной комиссией на закрытом заседании простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании.

13. Заседания Государственной аттестационной комиссии протоколируются. В протоколе записываются: итоговая оценка экзамена по специальности, присуждение квалификации и особые мнения членов комиссии.

Выпускник должен быть готов к профессиональной деятельности в качестве специалиста по рекламе, направленной на создание рекламного продукта с учетом требований потребителя, в организациях (предприятиях) независимо от их организационно-правовых форм.

Основные виды деятельности специалиста по рекламе:

- производственно-технологическая – техническое исполнение оригиналов или отдельных элементов проекта рекламного продукта; создание рекламного теста; выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, материалов, фото, видео и компьютерных технологий для построения модели объекта на технологическом уровне.
- художественно-творческая – разработка рекламной продукции: создание художественной формы рекламы, авторских рекламных проектов: воплощение проекта в материале, создание визуального образа с рекламными функциями (познавательной, практической, коммуникативной, эстетической).

Выпускник должен уметь:

- разрабатывать рекламные тексты;
- зарисовывать эскизы моделей рекламного продукта;
- разрабатывать фирменный стиль рекламного продукта;
- использовать при создании рекламного продукта психологию воздействия формы, цвета, слова на зрителя;
- пользоваться нормативной и справочной литературой для выбора наиболее рациональных вариантов решений основных формообразующих и отделочных материалов и деталей внешнего оформления рекламной продукции;
- создавать оригинал макеты различных видов рекламы с использованием компьютерных технологий;
- осуществлять авторский надзор за реализацией рекламной идеи;
- использовать информационные технологии для решения профессиональных задач.

Выпускник должен знать:

- классификацию рекламных средств;
- технологические стадии производства и размещения рекламы в прессе, на радио, телевидении;
- действующую нормативную документацию;
- технологические стадии производства полиграфической рекламной продукции;
- технологические стадии производства наружной рекламы, рекламы на транспорте;
- современные методы изготовления рекламного продукта;
- методики и средства выполнения технических расчетов, вычислительных и графических работ при проектировании рекламного продукта;
- компьютерные программы проектирования и создания рекламного продукта;
- основные принципы физиологии и психологии зрительного и слухового восприятия;
- основы организации деятельности организации (предприятия) и управления им;
- Правила и нормы охраны труда, техники безопасности, промышленной санитарии и противопожарной защиты;
- правовые аспекты рекламной деятельности;
- систему информационного обеспечения рекламы.

Составители:

к.ф.н. _____ Е.В. Маслова

к.ф.н. _____ С.И. Окс

СОГЛАСОВАНО:

декан факультета
журналистики _____ В.В.
Тулупов

Теоретические вопросы
для подготовки к итоговому междисциплинарному экзамену
по специальности 032401.51 (2308) «Реклама»
по дисциплинам

Перечень вопросов по дисциплинам,
вынесенным на междисциплинарный экзамен из циклов ОПД и СД.

1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Маркетинг и реклама.
2. Основные категории маркетинга. Нужда, потребность, запрос, товар, обмен, рынок.
3. Маркетинговые исследования в рекламе.
4. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, PR, директ-маркетинг и стимулирование сбыта.
5. Сегментация рынков и выбор целевых сегментов. Позиционирование товаров.
6. Стратегия маркетинга и стратегия рекламы. Определение целей рекламной деятельности. План маркетинга и план рекламы.
7. Этика профессионального менеджера. Классификация руководителей по мотивам и конечным целям деятельности.
8. Миссия организации: сущность и содержание.
9. Стратегии менеджмента. Цели в менеджменте и пути их достижения.
10. Современные теории мотивации и их использование при разработке рекламного сообщения. Мотивы обращения к рекламе.
11. Понятие рекламы. Реклама как социальный институт. Основные этапы становления и развития рекламы.
12. Система функций рекламы.
13. Организация рекламного процесса. Участники рекламного процесса и их функции.
14. Рекламные агентства: классификация, организационная структура. Организация работы менеджеров по рекламе.
15. Основные требования к персоналу рекламного агентства. Организация работы менеджеров по рекламе.
16. Основные требования к созданию эффективного рекламного объявления. Методы пред- и пост- тестирования рекламных сообщений.
17. Понятие рекламной кампании. Виды рекламных кампаний. Этапы планирования рекламных кампаний.
18. Особенности организации и проведения политических рекламных кампаний. Понятие политической культуры.
19. Понятие фирменного стиля. Фирменный блок, шрифт, цвет.

20. Пленочные и цифровые фотоаппараты: типы, характеристики и особенности применения. Дополнительное оборудование к фотоаппарату, его использование.
21. Чувствительность цифровой матрицы и фотопленки. Определение экспозиции. Виды экспомера. Автобрекетинг.
22. Влияние выдержки на резкость изображения. Выбор значения выдержки. Передача в кадре динамики движения. Съемка движущихся объектов.
23. Автоматические и полуавтоматические режимы и их применение.
24. Глубина резко изображаемого пространства. Методы управления ГРИП.
25. Типы графических файлов, используемых в цифровых фотоаппаратах, и их особенности. Разрешение и его связь с размером изображения и возможностью кадрирования изображения.
26. Цветопередача в цифровых фотоаппаратах. Цветовой баланс. Виды и особенности применения различных светофильтров и творческих насадок.
27. Объективы цифровых фотокамер. Типы объективов. Особенности построения изображения объективами с разными фокусными расстояниями. Зависимость кроп-фактора от физического размера матрицы. Уход за объективами.
28. Законодательно-правовые аспекты рекламной фотосъемки и использования фотографий в рекламных целях. Профессиональная этика фотографа.
29. Композиция фотографического изображения. Принципы композиции. Цвет и свет в фотографии.
30. Использование компьютерной техники для обработки цифровых изображений. Особенности отбора и подготовки фотографий для полиграфического воспроизведения. Газетная, журнальная, рекламная фотография.
31. Основные понятия и термины оформления периодического издания (содержание и форма, «лицо» издания, верстка, композиционно-графическое моделирование).
32. Принципы газетного дизайна. Формообразующие факторы газетного дизайна.
33. Размерные элементы газеты (формат, страница, полоса, объем, колонки, межколонные пробелы). Типографская система мер.
34. Виды верстки публикаций.
35. Шрифт как основа газетного дизайна (литера, гарнитура, начертание). Элементы шрифта, элементы буквы. Классификация шрифтов. Понятие шрифтового расписания.
36. Иллюстрации в современном газетном дизайне.
37. Основные характеристики текста (выключка, кегль, интерлиньяж, начертание, абзацный отступ, капитель и т.д.). Пробельные и разделительные средства (линейки, рамки, служебные детали).

38. Анализ композиционно-графической модели газеты (на примере предложенного издания).
39. Связь основ изобразительной грамоты с другими предметами и его роль в художественном воспитании студентов.
40. Рисунок как основа изображения. Виды рисунка.
41. Пространство, перспектива и ее виды. Точка зрения, картинная плоскость, линия горизонта, точки схода. Основные закономерности наблюдательной, линейной, воздушной перспективы.
42. Форма (пропорция, конструкция), передача формы в пространстве.
43. Перспектива квадрата, перспективное изображение многогранников. Построение куба, параллелепипеда, призмы, пирамиды.
44. Перспектива круга. Перспективное изображение предметов, имеющих форму тел вращения (шар, цилиндр, конус).
45. Интерьер. Фронтальная и угловая перспектива. Схемы.
46. Экстерьер. Фронтальная и угловая перспектива здания, улицы. Схемы.
47. Натюрморт как жанр изобразительного искусства (вещи людей). Учебный натюрморт в живописи: этапы работы. Тематический натюрморт: этапы творческой работы, примеры.
48. Техника рисунка карандашом. Способы тушевки, штриховки. Передача формы, тона, фактуры.
49. История и теория цвета. Цвет и освещение. Цветовой круг. Цветовой ряд. Цвет и краски. Основы технологии акварельной живописи.
50. Основные закономерности композиции. Средства художественной выразительности в композиции (форма, цвет, пространство, контраст, ритм и т.д.). Формальная композиция. Средства художественной выразительности в формальной композиции.