



Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

КОЛЛЕДЖ

ОПОП «Графический дизайн»

Рабочая программа дисциплины «Дизайн для рекламы и маркетинга»



УТВЕРЖДАЮ

Директор Колледжа КРСУ

И.А. Коновалова

20 26

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10

«Дизайн для рекламы и маркетинга»

среднее профессиональное образование

Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена

Специальность
070602 – КР, 54.02.01 – РФ
Дизайн (по отраслям)

Направленность
Графический дизайн

на базе основного общего образования
форма обучения - очная

Квалификация (и) выпускника
дизайнер

Бишкек 2026

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП « Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины « Дизайн для рекламы и маркетинга »

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ГОС СПО по специальности 070602 Дизайн (по отраслям)», утвержденного приказом Министерства образования и науки КР от 10 мая 2022 г. N 863/1, ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)», утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 05.05.2022 № 308, примерной образовательной программой (ID ПОП СПО 3707)

Составлена на основании учебного плана по программе 070602-КР, 54.02.01-РФ «Графический дизайн».

Рассмотрена и одобрена на Педагогическом совете колледжа КРСУ

« 1 » июня 2026 г.

Протокол № 8

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП « Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины « Дизайн для рекламы и маркетинга »

Визирование программы РПД для исполнения в очередном учебном году

Директор Колледжа КРСУ _____
_____ 20__ г.

Программа РПД пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 20__-20__ учебном году на заседании Педагогического совета

Протокол от _____ 20__ г. № _____

Руководитель ОПОП _____

Визирование программы РПД для исполнения в очередном учебном году

Директор Колледжа КРСУ _____
_____ 20__ г.

Программа РПД пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 20__-20__ учебном году на заседании Педагогического совета

Протокол от _____ 20__ г. № _____

Руководитель ОПОП _____

Визирование программы РПД для исполнения в очередном учебном году

Директор Колледжа КРСУ _____
_____ 20__ г.

Программа РПД пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 20__-20__ учебном году на заседании Педагогического совета

Протокол от _____ 20__ г. № _____

Руководитель ОПОП _____

Визирование программы РПД для исполнения в очередном учебном году

Директор Колледжа КРСУ _____
_____ 20__ г.

Программа РПД пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 20__-20__ учебном году на заседании Педагогического совета

Протокол от _____ 20__ г. № _____

Руководитель ОПОП _____

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП « Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины « Дизайн для рекламы и маркетинга »

Содержание

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина КОЛЛЕДЖ ОПОП «Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины «Дизайн для рекламы и маркетинга»
---	--

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.10 Дизайн для рекламы и маркетинга»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Дизайн для рекламы и маркетинга» является вариативной частью общепрофессионального цикла.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Цель дисциплины «Дизайн для рекламы и маркетинга»: Формирование профессиональных компетенций в области проектирования рекламных объектов и маркетинговых коммуникаций, развитие навыков создания выразительных графических решений с учетом задач брендинга, продвижения и взаимодействия с целевой аудиторией.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 01.; ОК 02.; ПК 5.1.; ПК 5.2.	анализировать цели рекламной коммуникации и особенности целевой аудитории; разрабатывать графические решения для рекламных материалов различных видов (плакаты, баннеры, каталоги, упаковка, социальные сети и др.); создавать концепцию рекламного проекта с учетом задач продвижения продукта или услуги; применять законы композиции, цветоведения, типографики и визуальной иерархии при разработке рекламных объектов; разрабатывать элементы фирменного стиля и визуальной идентификации бренда; создавать макеты рекламной продукции для печатных и цифровых носителей; использовать современные графические редакторы при выполнении рекламных проектов; адаптировать дизайн-решения под различные форматы и каналы коммуникации; анализировать эффективность визуальных решений в рекламных материалах;	основы рекламы, маркетинга и визуальных коммуникаций; роль графического дизайна в системе продвижения товаров, услуг и брендов; виды рекламных материалов и особенности их проектирования; принципы разработки рекламной концепции и фирменного стиля; основы композиции, цветоведения, типографики и психологии восприятия визуальной информации в рекламе; особенности создания рекламных сообщений для различных целевых аудиторий; современные тенденции в рекламном дизайне и цифровых коммуникациях; технологии подготовки макетов для печати и размещения в цифровой среде; принципы работы с брендами и элементами визуальной идентификации; требования к оформлению и презентации рекламных дизайн-проектов.

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП « Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины « Дизайн для рекламы и маркетинга »

<i>Код ОК, ПК</i>	Умения	Знания
	презентовать и обосновывать разработанные рекламные концепции.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	50
в т.ч. в форме практической подготовки	40
в т. ч.:	
теоретическое обучение	12
практические занятия	38
<i>Самостоятельная работа</i>	-
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой	

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП «Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины «Дизайн для рекламы и маркетинга»

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1. Основы визуального языка в рекламе. Бренд-идентичность и фирменный стиль	Содержание учебного материала	10	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 2.3.
	Лекция – дискуссия, разбор кейсов, демонстрация принципов восприятия на реальных макетах	2	
	Лекция – беседа, разбор известных брендбуков (Nike, Сбер, локальные кейсы).		
	В том числе практических	8	
	Разбор неудачных и успешных рекламных баннеров, практические упражнения на композицию и цвет	4	
	SWOT-анализ брендов, создание логотипа и носителей.	4	
Тема 2. Рекламный ключевой визуал (Key Visual). Дизайн наружной рекламы	Содержание учебного материала	10	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 2.3.
	Лекция-разбор успешных KV (Coca-Cola, Apple, локальные кампании), демонстрация адаптаций	2	
	Лекция с демонстрацией макетов в масштабе 1:10, разбор читаемости на расстоянии.		
	В том числе практических	8	
	Сбор мудбордов, генерация и критика KV	4	
	Практическая работа «Создание билборда»	4	
Тема.3. Упаковка как носитель рекламы. Дизайн digital-рекламы (баннеры и соцсети)	Содержание учебного материала	10	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 2.3.
	Лекция-разбор shelf impact (Oreo, Red Bull, локальные продукты)	2	
	Лекция с демонстрацией спецификаций GDN/myTarget, разбор CTR-лидеров		
	В том числе практических	8	
	Работа с ди-лайнами, создание лимитированных серий	4	
	Создание комплектов баннеров, А/В-тесты в Figma	4	
Тема 4. Нарративный дизайн и storytelling в	Содержание учебного материала	8	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 2.3.
	Лекция-разбор историй (Dove Real Beauty, Old Spice), демонстрация раскадровок	2	

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП «Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины «Дизайн для рекламы и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
рекламе. POS-материалы и дизайн торгового пространства	Лекция-разбор кейсов (IKEA, Л'Этуаль, локальные магазины), демонстрация покупательского потока		
	В том числе практических	6	
	Создание раскадровок и каруселей, ролевые игры	2	
	разработать и «поставить» на план 5–7 POS-материалов (воблеры, стопперы, шелфтокеры, дисплей, топпер, ростовая фигура) так, чтобы максимально перехватить покупательский поток и увеличить продажи конкретного продукта. С объяснением.	4	
Тема 5. Коллаборации и кросс-брендинг. Социально-ответственная реклама	Содержание учебного материала	6	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 2.3.
	Лекция-разбор громких коллабов (Supreme × Louis Vuitton, Adidas × Иван Дорн)	2	
	Лекция-дискуссия, разбор кейсов (Patagonia, Benetton)		
	В том числе практических	4	
	Мозговой штурм и разработка визуалов коллаба	2	
	Создание кампаний без клише, этический аудит	2	
Тема 6. Моушн-дизайн и видеореклама до 30 секунд. Арт-дирекшн рекламной кампании	Содержание учебного материала	6	ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ПК 1.1.; ПК 2.3.
	Лекция-мастер-класс (разбор прероллов, бамперов, Reels), разработка сценариев, основы монтажа	2	
	Лекция-разбор реальных питчей и провалов агентств, демонстрация структуры презентации		
	В том числе практических	4	
	Монтаж 3 версий ролика из одного материала	2	
	Полный цикл 360°-кампании в группах: бриф → Big Idea → все носители → питч → доработка	2	
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой			
Всего:		50	

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП «Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины «Дизайн для рекламы и маркетинга»

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение:

3.1 Кабинет специальных профессиональных дисциплин, оснащенный необходимым для реализации программы учебной дисциплины оборудованием, в соответствии с приложением МТО к ОПОП.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — 2-е изд.. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. — 452 с. — ISBN 978-5-9729-1821-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/143294/details>
2. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / Л. С. Деточенко, В. В. Лобко, Н. В. Межеричкая [и др.] ; под редакцией А. В. Овруцкого, В. О. Пигулевского. — 2-е изд.. — Харьков : Издательство «Гуманитарный Центр», 2015. — 432 с. — ISBN 978-617-7022-47-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/110152/details>
3. Пашкова, И. В. Проектирование: иллюстрация в графическом дизайне : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль подготовки «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / И. В. Пашкова. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2024. — 213 с. — ISBN 978-5-8154-0706-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/148130/details>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Шелестовская, В. А. Стили в графическом дизайне : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль подготовки «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / В. А. Шелестовская, Г. С. Елисеев. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2022. — 139 с. — ISBN 978-5-8154-0641-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/127832/details>
2. Епифанова, А. Г. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях : учебное пособие / А. Г. Епифанова. — Челябинск : Южно-Уральский технологический университет, 2022. — 237 с. — ISBN 978-5-6047814-6-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/125039/details>
3. Каракова, Т. В. Проектирование общественных пространств крупных торговых центров с использованием оптических иллюзий : учебное пособие / Т. В. Каракова, Ю. С. Воронцова. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 78 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП « Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины « Дизайн для рекламы и маркетинга »

IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/105050/details>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Умения		
Анализировать рекламные задачи, целевую аудиторию и формировать визуальную концепцию рекламного проекта	Определяет цели рекламной коммуникации, учитывает особенности аудитории и разрабатывает обоснованную дизайн-концепцию	Анализ рекламных проектов, практические задания, презентация концепции
Разрабатывать элементы бренд-идентичности и фирменного стиля для рекламных коммуникаций	Создает логотип, цветовую систему, типографику и графические элементы, обеспечивающие целостность образа бренда	Практические работы, защита проекта
Создавать ключевой визуал (Key Visual) и рекламные композиции для различных носителей	Разрабатывает выразительное визуальное решение с учетом композиции, цветового решения и особенностей рекламного носителя	Просмотр макетов, практические задания Сдача и защита 3 видео
Проектировать рекламные материалы для печатных, наружных и цифровых носителей (упаковка, баннеры, социальные сети, POS-материалы)	Создает функциональные и эстетически выразительные макеты с учетом требований формата и способа размещения	Проектные работы, просмотр дизайн-макетов Проверка комплекта POS-материалов Сдача полного комплекта баннеров (не менее 10 баннеров GDN/myTarget – 5 статичных и 5 анимированных)
Использовать приемы нарративного дизайна и storytelling при разработке рекламных сообщений	Создает визуальную историю, передает идею бренда через образ, композицию и последовательность визуальных элементов	Проверка практических работ Защита раскадровки и серии постов

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП « Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины « Дизайн для рекламы и маркетинга »

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Разрабатывать комплексные рекламные проекты с применением современных технологий (моушн-дизайн, видеореклама)	Создает целостную рекламную кампанию, применяет принципы анимации, видеокomпозиции и арт-дирекшна	Защита итогового проекта, демонстрация видеоматериалов
Знания		
Основы рекламной коммуникации, бренд-идентичности и фирменного стиля	Объясняет роль визуального образа бренда в продвижении товаров и услуг	Тестирование, устный опрос
Принципы создания ключевого визуала (Key Visual) и его применения в рекламных кампаниях	Определяет особенности построения рекламного образа и его адаптации под различные носители	Анализ рекламных материалов, практические задания
Особенности дизайна наружной рекламы, упаковки и digital-рекламы	Характеризует требования к разработке рекламных объектов для различных форматов коммуникации	Тестирование, анализ примеров
Основы нарративного дизайна, storytelling и создания эмоционального воздействия в рекламе	Объясняет способы передачи идеи и сообщения бренда через визуальный рассказ	Семинары, презентации
Принципы разработки POS-материалов, торгового оформления и кросс-брендинга	Характеризует особенности оформления рекламных объектов в местах продаж и совместных бренд-коммуникаций	Практические задания, устный опрос
Основы моушн-дизайна, видеорекламы и арт-дирекшна рекламной кампании	Знает этапы разработки рекламной кампании и роль арт-директора в создании единого визуального решения	Тестирование, защита проекта

Шкала оценок по академической успеваемости

Кредитная система оценок (на усмотрение образовательной организации)			Оценка по традиционной системе
Баллы	Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	
93-100	A	4.00	Отлично
90-92.99	A-	3.67	
87-89.99	B+	3.33	
83-86.99	B	3.00	Хорошо
80-82.99	B-	2.67	
77-79.99	C+	2.33	
73-76.99	C	2.00	Удовлетворительно

	Межгосударственная образовательная организация высшего образования Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина
	КОЛЛЕДЖ
	ОПОП « Графический дизайн» Рабочая программа дисциплины « Дизайн для рекламы и маркетинга »

Кредитная система оценок (на усмотрение образовательной организации)			Оценка по традиционной системе
Баллы	Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	
70-72.99	C-	1.67	
67-69.99	D+	1.33	
63-66.99	D	1.00	
60-62.99	D-	0.67	
00-59.99	F	0.00	
-	P	Не учитывается при расчете среднего общего балла	Неудовлетворительно
-	NP		Зачет
-	I		Незачет
			Не выполнил все требования по дисциплине по уважительной причине