

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 29.04.2021 14:44:46

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

Факультет управления бизнесом



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины

**Б1.В.ДВ.08.01 «ТРЕНДЫ И ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ В СФЕРЕ FASHION»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 “Дизайн”

(уровень бакалавриата)

Программа прикладного бакалавриата

**Виды профессиональной деятельности:**

Организационно-управленческая

Проектная

**Профиль:**

Менеджмент в дизайн-бизнесе


**Форма обучения:**

(очная, очно-заочная)

**Москва – 2020**

Разработчик (и): Андреева Варвара Владимировна, доцент кафедры дизайна АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«03» февраля 2020 г.

  
(подпись)

/В.В. Андреева /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1004 от 11.08.2016г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ

  
(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой  
разработчика РПД

  
(подпись)

/Е.А. Дубоносова /

Протокол заседания кафедры № 02-20 от «04» февраля 2020 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

## **1. Наименование дисциплины (модуля) и ее место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Тренды и целевая аудитория в сфере fashion» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн». Преподавание этой дисциплины осуществляется на четвертом курсе в седьмом семестре по очной форме обучения и в восьмом семестре по очно-заочной форме обучения. Дисциплина «Тренды и целевая аудитория в сфере fashion» является необходимым элементом профессиональной подготовки менеджеров в сфере дизайна.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося не предусматриваются. При изучении данного курса могут использоваться знания и умения, полученные при освоении предшествующих дисциплин, таких как: «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг в дизайн-бизнесе», «Основы бизнеса в fashion-индустрии».

**Цель дисциплины** - приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков применительно к fashion-индустрии в разрезе современных экономических реалий и тенденций развития инновационной экономики.

### ***Задачи дисциплины:***

- понимание моды и модных товаров;
- усвоение базисных знаний о современном состоянии глобального рынка моды;
- развитие навыков исследования факторов, влияющих на современную индустрию моды;
- развитие навыков понимания перспективных трендов развития индустрии моды;
- развитие навыков анализа целевой аудитории и понимания путей продвижения брендов в индустрии моды.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» квалификация (степень) «бакалавр».

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий (ОПК-7);
- способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике (ПК-6).

Код и содержание компетенции	Результаты обучения (знания, умения, навыки и опыт деятельности)
<p><b>ОПК-7</b> Способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные методы поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации из различных источников и баз данных в процессе исследования трендов и целевой аудитория в сфере fashion;</li> </ul> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных в процессе исследования трендов и целевой аудитория в сфере fashion и представлять полученную информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</li> </ul> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных в процессе исследования трендов и целевой аудитория в сфере fashion и представлять полученную информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий</li> </ul>
<p><b>ПК-6</b> Способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способы и методы применения современных технологий, требуемых при осуществлении исследований трендов и целевой аудитория в сфере fashion на практике</li> </ul> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современные технологии, требуемые при осуществлении исследований трендов и целевой аудитория в сфере fashion на практике</li> </ul> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками применения современных технологий, требуемых при осуществлении исследований трендов и целевой аудитория в сфере fashion на практике</li> </ul>

**Формы контроля:**

- *текущий контроль успеваемости (ТКУ)* для проверки знаний, умений и навыков студентов может проводиться в форме подготовки студентами докладов и сообщений в виде презентаций;
- *промежуточная аттестация (ПА)* – проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

**3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.**

В процессе преподавания дисциплины «Тренды и целевая аудитория в сфере fashion» используются как классические методы обучения (лекции), так и различные виды

самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств студентов и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы работы, как:

**активные формы обучения:**

- практические занятия;

**интерактивные формы обучения:**

- дискуссии, дебаты.

Общая трудоемкость дисциплины «Тренды и целевая аудитория в сфере fashion» для всех форм обучения реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» составляет 4 зачетные единицы (144 час.).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	36	26
В том числе:		
Лекции	18	8
Практические занятия	18	18
Семинары	х	х
Лабораторные работы	х	х
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	108	118
Промежуточная аттестация, в том числе:		
Вид	Зачет – 7 семестр	Зачет – 8 семестр
Трудоемкость (час.)		
<b>Общая трудоемкость ЗЕТ / часов</b>	4 ЗЕТ / 144 час.	4 ЗЕТ / 144 час.

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий.**

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)						Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия			
			Семинары	Практические занятия	Лабораторный практикум	Мастер-класс		
<b>Очная форма</b>								
<b>Первый этап формирования компетенции</b>								
<b>Тема 1.</b> Понятие моды и модных товаров	3	18		1				ОПК-7 ПК-6
<b>Тема 2.</b> Современное состояние глобального рынка моды	3	18		1			2	ОПК-7 ПК-6
<b>Тема 3.</b> Факторы, влияющие на современную индустрию моды	3	18		1			2	ОПК-7 ПК-6

Наименование тем	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу (в часах)						Код формируемых компетенций	Форма ТКУ Форма ПА	
	Лекции	Самостоятельная работа	Активные занятия		Интерактивные занятия				
			Семинары	Практические занятия	Лабораторный практикум	Мастер-класс			Дискуссии
Тема 4. Перспективные тренды развития индустрии моды	3	18		1			2	ОПК-7 ПК-6	
Тема 5. FashionTech. Соединение индустрии моды и технологии	3	18		1			2	ОПК-7 ПК-6	
Тема 6. Продвижение брендов в индустрии моды	3	18		1			2	ОПК-7 ПК-6	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2					<i>Подготовка презентаций</i>
<b>Всего:</b>	<b>18</b>	<b>108</b>		<b>8</b>			<b>10</b>		
<b>Общая трудоемкость дисциплины (в часах)</b>	<b>144</b>							<b>Зачет</b>	
<b>Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)</b>	<b>4</b>								
<b>Очно-заочная форма</b>									
<b>Первый этап формирования компетенции</b>									
Тема 1. Понятие моды и модных товаров	1	18		1				ОПК-7 ПК-6	
Тема 2. Современное состояние глобального рынка моды	2	20		1			2	ОПК-7 ПК-6	
Тема 3. Факторы, влияющие на современную индустрию моды	1	20		1			2	ОПК-7 ПК-6	
Тема 4. Перспективные тренды развития индустрии моды	1	20		1			2	ОПК-7 ПК-6	
Тема 5. FashionTech. Соединение индустрии моды и технологии	1	20		1			2	ОПК-7 ПК-6	
Тема 6. Продвижение брендов в индустрии моды	2	20		1			2	ОПК-7 ПК-6	
<i>Текущий контроль уровня сформированности компетенции</i>				2					<i>Подготовка презентаций</i>
<b>Всего:</b>	<b>8</b>	<b>118</b>		<b>8</b>			<b>10</b>		
<b>Общая трудоемкость дисциплины (в часах)</b>	<b>144</b>							<b>Зачет</b>	
<b>Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)</b>	<b>4</b>								

## Содержание тем учебной дисциплины

### ***Тема 1. Понятие моды и модных товаров***

Мода как сложный феномен человеческой цивилизации. Высокая динамичность и разнообразие модных форм в настоящее время. Модные товары и услуги. Базовые модные продукты. Родственные модные продукты. Модные услуги. Потенциально модные продукты. Культурная и коллекционная ценность модных товаров. Модные товары как экспонаты музеев. Приобретение модных изделий как вложение капитала.

### ***Тема 2. Современное состояние глобального рынка моды***

Ключевые игроки глобального рынка моды – модные дома, массовые производители, ритейлеры, модные стартапы. Лидеры модной индустрии по объемам продаж. Сегментация рынка моды. Возрастание конкуренции со стороны производителей сегмента масс-маркета и модных технологичных стартапов. Независимые модные бренды. Крупные концерны с диверсифицированными марочными портфелями.

### ***Тема 3. Факторы, влияющие на современную индустрию моды***

Онлайн-продажи как мощный импульс развития глобальной модной индустрии. Динамика ключевых модных онлайн-рынков в 2016–2021 гг. Качественные изменения физической дистрибуции. Внедрение новых форматов традиционной дистрибуции. Интеграция моды в Индустрию 4.0. Использование новых материалов при производстве модных товаров. Интеллектуальный текстиль и биотекстиль.

### ***Тема 4. Перспективные тренды развития индустрии моды***

Специфические партнерские программы (неожиданный кобрендинг). Передача функций предвосхищения потребностей целевой аудитории на аутсорсинг искусственному интеллекту. Внедрение виртуальных примерочных и использование чат-ботов как уникального средства взаимодействия и усиления связи покупателя с брендом. Переход от социально-демографической сегментации к таргетингу.

### ***Тема 5. FashionTech. Соединение индустрии моды и технологии***

Понятие FashionTech. Мода 2020-х и технологические тренды. Digital fashion – производство фешн-аксессуаров, одежды, обуви с интегрированными экранами, панелями, bluetooth-тканями. Cyber fashion – внедрение элементов кибер-культуры в коллекции дизайнеров и в контекст модных показов. AI для распознавания предметов одежды по фото. VR/AR-технологии. Виртуальные инфлюенсеры.

### ***Тема 6. Целевая аудитория и продвижение брендов в индустрии моды***

Основные целевые сегменты модной индустрии. Бренды высшей ценовой категории. Переходные бренды (бридж-бренды). Бренды изделий для широкого потребления (массового спроса). Коммуникационные стратегии в индустрии моды. Роль связей с общественностью (PR) в продвижении брендов модных домов. Инструменты продвижения. Использование информационных и коммуникационных PR-технологий.



## Практические занятия

№ п/п	№ и название темы дисциплины	Тематика практических занятий	Вид контрольного мероприятия
1.	<b>Тема 1.</b> Понятие моды и модных товаров	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мода как сложный феномен человеческой цивилизации.</li> <li>2. Модные товары и услуги.</li> <li>3. Культурная и коллекционная ценность модных товаров.</li> <li>4. Приобретение модных изделий как вложение капитала.</li> </ol>	устный опрос, ответы на вопросы
2.	<b>Тема 2.</b> Современное состояние глобального рынка моды	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ключевые игроки глобального рынка моды.</li> <li>2. Сегментация рынка моды.</li> <li>3. Независимые модные бренды.</li> <li>4. Крупные концерны с диверсифицированными марочными портфелями.</li> </ol>	устный опрос, ответы на вопросы
3.	<b>Тема 3.</b> Факторы, влияющие на современную индустрию моды	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Онлайн-продажи как мощный импульс развития глобальной модной индустрии.</li> <li>2. Внедрение новых форматов традиционной дистрибуции.</li> <li>3. Интеграция моды в Индустрию 4.0.</li> <li>4. Использование новых материалов при производстве модных товаров.</li> </ol>	устный опрос, ответы на вопросы
4.	<b>Тема 4.</b> Перспективные тренды развития индустрии моды	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфические партнерские программы. Передача функций предвосхищения потребностей целевой аудитории на аутсорсинг искусственному интеллекту.</li> <li>2. Внедрение виртуальных примерочных и использование чат-ботов.</li> <li>3. Переход от социально-демографической сегментации к таргетингу.</li> </ol>	устный опрос, ответы на вопросы
5.	<b>Тема 5.</b> FashionTech. Соединение индустрии моды и технологии	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие FashionTech. Мода 2020-х и технологические тренды.</li> <li>2. Digital fashion и cyber fashion.</li> <li>3. AI для распознавания предметов одежды по фото.</li> <li>4. VR/AR-технологии.</li> </ol>	устный опрос, ответы на вопросы
6.	<b>Тема 6.</b> Продвижение брендов в индустрии моды	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основные целевые сегменты модной индустрии.</li> <li>2. Коммуникационные стратегии в индустрии моды.</li> <li>3. Роль связей с общественностью (PR) в продвижении брендов модных домов.</li> <li>4. Использование информационных и коммуникационных PR-технологий.</li> </ol>	Просмотр докладов, презентаций

## **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).**

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» используются учебно-методические пособия разработанные преподавателями вуза, а также учебная литература по дисциплине «Тренды и целевая аудитория в сфере fashion», размещенная в электронной библиотечной системе biblioclub.ru.

1. Арнтцен М. Г. Дресс-код. Голая правда о моде = Kleskoden. Den nakne sannheten om mote: публицистика - Москва: Ад Маргинем Пресс, 2017.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=594546](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=594546)
2. Свендсен Л. Философия моды - Москва: Прогресс-Традиция, 2007.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=45119](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=45119)
3. Сысоев С. В., Шамшина Л. М. Проектирование одежды с использованием элементов архитектуры как источника творческого вдохновения: учебно-методическое пособие - Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=572923](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572923)

## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).

### 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В учебной дисциплине компетенции ОПК-7, ПК-6 формируются в 7 семестре учебного года по очной форме обучения и в 8 семестре учебного года по очно-заочной форме обучения на четвертом этапе освоения образовательной программы (ОПОП).

В рамках учебной дисциплины «Тренды и целевая аудитория в сфере fashion» выделяется один этап формирования указанных компетенций в результате последовательного изучения содержательно связанных между собой разделов (тем) учебных занятий. Изучение каждого раздела (темы) предполагает формирование компонентов компетенций с использованием различных форм контактной (аудиторной) и самостоятельной работы:

Компоненты компетенции «знать» формируются преимущественно на занятиях лекционного типа и самостоятельной работы студентов с учебной литературой

Компоненты компетенции «уметь» и «владеть» формируются преимущественно на практических занятиях

Результат текущей аттестации обучающихся на этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций.

Таблица 6.1. Этапы и планируемые результаты освоения компетенций в процессе изучения учебной дисциплины

Компетенция по ФГОС ВО	Этапы в процессе освоения дисциплины	Компоненты компетенции, осваиваемые на каждом этапе		
		Знать	Уметь	Владеть
<b>ОПК-7</b> Способность осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий	Этап 1: <b>Темы: 1-6</b>	основные методы поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации из различных источников и баз данных в процессе исследования трендов и целевой аудитория в сфере fashion;	осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных в процессе исследования трендов и целевой аудитория в сфере fashion и представлять полученную информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий	навыками поиска, хранения, обработки и анализа информации из различных источников и баз данных в процессе исследования трендов и целевой аудитория в сфере fashion и представлять полученную информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий

<b>ПК-6</b> Способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике	Этап 1: <b>Темы: 1-6</b>	способы и методы применения современных технологий, требуемых при осуществлении исследований трендов и целевой аудитория в сфере fashion на практике	применять современные технологии, требуемые при осуществлении исследований трендов и целевой аудитория в сфере fashion на практике	навыками применения современных технологий, требуемых при осуществлении исследований трендов и целевой аудитория в сфере fashion на практике
--	-----------------------------	--	--	--

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе изучения учебной дисциплины представлены в таблице 6.2

Таблица 6.2 - Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этапы	РЕЗУЛЬТАТ ОБУЧЕНИЯ <b>ОПК-7, ПК-6</b> (описание результатов представлено в таблице 1)	КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю) <i>(критерии и показатели определены соответствующими картами компетенций, при этом пользуются традиционной системой оценивания)</i>				Контрольные задания, для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций
		2 (неуд)	3 (уд)	4 (хор)	5 (отл)	
<b>1 этап</b>	ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Неполные знания	Полные знания с небольшими пробелами	Системные и глубокие знания	<b>Подготовка и защита презентаций</b>
	УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частичные умения	Умения с частичными пробелами	Полностью сформированные умения	
	НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частичные навыки	Отдельные пробелы в навыках	Полностью сформированные навыки	

Изучение дисциплины заканчивается промежуточной аттестацией, проводимой в форме зачета.

### **6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **6.3.1. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующего 1 этап формирования компетенций**

##### **Примерные темы презентаций**

1. Мода как особый феномен человеческой культуры XXI века.
2. Сущность и понятие моды и модных товаров.
3. Ключевые факторы, влияющие на современную индустрию моды.
4. Обзор ситуации на ключевом модном рынке – рынке одежды.
5. Сегментация глобального рынка одежды.
6. Ключевые игроки – модные дома, массовые производители, ритейлеры, модные стартапы.
7. Изменение роли сезонного фактора в модной индустрии.
8. Текущее состояние легкой промышленности – потенциальной основы российской модной индустрии.
9. Конъюнктура российского модного рынка.
10. SWOT-анализ российской модной индустрии.
11. Стратегия развития легкой промышленности в РФ на период до 2025 года.
12. Программа продвижения отечественных товаров.
13. Мощный импульс развития глобальной модной индустрии – онлайн-продажи.
14. Интеграция моды в Индустрию 4.0. Позиции РФ.
15. Стабилизация и рост российского модного рынка.

#### **6.3.2. Пример контрольного задания, необходимого для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности для проведения промежуточной аттестации**

##### **Примерные вопросы к зачету**

1. Мода как сложный феномен человеческой цивилизации.
2. Высокая динамичность и разнообразие модных форм в настоящее время.
3. Модные товары и услуги.
4. Базовые модные продукты.
5. Родственные модные продукты.
6. Модные услуги.
7. Потенциально модные продукты.
8. Культурная и коллекционная ценность модных товаров.
9. Модные товары как экспонаты музеев.
10. Приобретение модных изделий как вложение капитала.
11. Ключевые игроки глобального рынка моды.
12. Лидеры модной индустрии по объемам продаж.
13. Сегментация рынка моды.
14. Независимые модные бренды.
15. Крупные концерны с диверсифицированными марочными портфелями.
16. Онлайн-продажи как мощный импульс развития глобальной модной индустрии.
17. Динамика ключевых модных онлайн-рынков в 2016–2021 гг.
18. Качественные изменения физической дистрибуции.

19. Внедрение новых форматов традиционной дистрибуции.
20. Интеграция моды в Индустрию 4.0.
21. Использование новых материалов при производстве модных товаров.
22. Интеллектуальный текстиль и биотекстиль.
23. Специфические партнерские программы (неожиданный кобрендинг).
24. Передача функций предвосхищения потребностей целевой аудитории на аутсорсинг искусственному интеллекту.
25. Внедрение виртуальных примерочных и использование чат-ботов.
26. Переход от социально-демографической сегментации к таргетингу.
27. Понятие FashionTech. Мода 2020-х и технологические тренды.
28. Digital fashion – производство фешн-аксессуаров, одежды, обуви с интегрированными экранами, панелями, bluetooth-тканями.
29. Cyber fashion – внедрение элементов кибер-культуры в коллекции дизайнеров и в контекст модных показов.
30. AI для распознавания предметов одежды по фото.
31. VR/AR-технологии.
32. Виртуальные инфлюенсеры.
33. Основные целевые сегменты модной индустрии.
34. Бренды высшей ценовой категории.
35. Переходные бренды (бридж-бренды).
36. Бренды изделий для широкого потребления (массового спроса).
37. Коммуникационные стратегии в индустрии моды.
38. Роль связей с общественностью (PR) в продвижении брендов модных домов.
39. Инструменты продвижения.
40. Использование информационных и коммуникационных PR-технологий.

#### **6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности по дисциплине «Тренды и целевая аудитория в сфере fashion» проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает

– текущий контроль (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- рубежный контроль – оценка результатов освоения дисциплины, степени сформированности компетенций на каждом из этапов освоения учебной дисциплины.

– промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по учебной дисциплине в целом). Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета по окончании изучения курса.

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения, представляется в балльном исчислении.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Тематическим планом предусмотрен рубежный контроль в виде контрольных заданий и итоговая аттестация в виде зачета. К зачету допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, задание для самостоятельной работы и контрольные опросы.

Доклад и презентация (рубежный контроль 1 этап) представляет собой просмотр выполненных студентами творческих работ, докладов и презентаций в рамках изучаемой дисциплины и проводится в учебной аудитории.

**Доклад** – это самостоятельная работа, анализирующая и обобщающая публикации по заданной тематике, предполагающая выработку и обоснование собственной позиции автора в отношении рассматриваемых вопросов. Доклад – это развернутое устное сообщение, посвященное заданной теме, сделанное публично, в присутствии слушателей. Основным содержанием доклада может быть описание состояния дел в какой-либо научной или практической сфере; авторский взгляд на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Тематами доклада обычно являются вопросы, не освещенные в полной мере или вообще не рассматриваемые на лекциях, предполагающие самостоятельное изучение студентами.

**Презентация** – это электронный документ, представляющий собой набор слайдов, предназначенный для визуальной демонстрации выполненной работы. Как правило, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, созданную для удобного восприятия информации. Структура презентации: титульный слайд, введение (план презентации), основная часть, заключение (выводы), список использованных источников. Слайд – логически автономная информационная структура, содержащая различные объекты, которые представляются на общем экране монитора.

Оценивается презентация по следующим критериям:

- самостоятельность работы над проектом;
  - обоснование выбора темы и ее актуальность;
  - практическая значимость работы;
  - оригинальность решения проблемы;
  - актуальность представленных в презентации материалов;
  - глубина и широта знаний по проблеме;
  - компетентность докладчика (ответы на вопросы);
- использование наглядности и технических средств.

**Зачет** - промежуточная аттестация (контроль по окончании изучения учебной дисциплины). Студенты допускаются к зачету по дисциплине при условии прохождения всех контрольных рубежей и сдачи всех заданий, предусмотренных рейтинговой системой оценки. Студенты заранее получают список вопросов к зачету.

Результаты прохождения промежуточной аттестации для дисциплины оцениваются отметками «зачтено» («зачет»), «незачтено» («незачет»).

Важнейшим условием успешной реализации перечисленных форм контроля является их комплексность и функциональность, предполагающая связь приобретаемых компетенций с конкретными видами и задачами профессиональной деятельности и социальной активности выпускника.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).**

### ***Основная литература:***

1. Арнтцен М. Г. Дресс-код. Голая правда о моде = Kleskoden. Den nakne sannheten om mote: публицистика - Москва: Ад Маргинем Пресс, 2017.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=594546](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=594546)
2. Свендсен Л. Философия моды - Москва: Прогресс-Традиция, 2007.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=45119](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=45119)
3. Сысоев С. В., Шамшина Л. М. Проектирование одежды с использованием элементов архитектуры как источника творческого вдохновения: учебно-методическое пособие - Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=572923](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572923)

### ***Дополнительная литература:***

1. Дизайн: новые взгляды и решения. Образование-наука-производство: сборник статей III Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых (1 марта 2015 г.) / Министерство образования и науки РФ, Казанский национальный исследовательский технологический университет, Институт технологии легкой промышленности, моды и дизайна и др. – Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2016.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=500632](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=500632)
2. Семантика и использование цвета в разные исторические эпохи, цветовые тональности в сезонных трендах: сборник статей студенческой научно-практической конференции. АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна». Москва. 27 апреля 2018 г – Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=572922](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572922)
3. Художественное проектирование современного костюма: сборник студенческих проектов АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» – Москва: Институт Бизнеса и Дизайна, 2019.  
Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=572920](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572920)

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля).**

**Электронная библиотека:** <http://biblioclub.ru/>

1. [vogue.ru](http://vogue.ru) – настоящая библия для тех, кто готов погрузиться с головой в мир моды. Всё самое интересное и свежее.
2. [bazaar.ru](http://bazaar.ru) – журнал о моде, стиле и красоте.
3. [elle.ru](http://elle.ru) – женский онлайн-журнал, позиционирующий себя как официальный сайт журнала №1 о моде.
4. [officiel-online.com](http://officiel-online.com) – ресурс о красоте, моде и искусстве.
5. [cosmo.ru](http://cosmo.ru) – это российский электронный журнал о моде и красоте, с советами об отношениях с мужчинами, семейной жизни, карьере.
6. [style.rbc.ru](http://style.rbc.ru) (РБК Стиль) освещает новости и события в мире красоты, моды, кино и шоу-бизнеса.



7. glamour.ru – это публикации о красоте, моде и стиле жизни: новости, обзоры, советы. Ко всему этому - рецепты, тенденции, тренды, а также афиша культурных мероприятий.
8. <https://fashionunited.ru/trends> - крупнейшая профессиональная платформа: fashion-новости, тренды, недели моды, бизнес-аналитика
9. modnica.info – сайт, который славится своей практической направленностью. Здесь можно почерпнуть идеи для создания маникюра и педикюра, узнать о трендах нижнего белья и аксессуаров, стрижек и причесок.
10. modagid.ru – это история моды, street-style, свадебная мода, модные прически, дизайнеры, маникюр, жизнь и советы знаменитых людей.
11. intermoda.ru – это сетевой журнал о моде. Основная концепция – охват новостного пространства по темам: красивые и интересные вещи; события в индустрии моды и красоты; люди; одежда и аксессуары.
12. zaitsev.info – сайт дизайнера Вячеслава Зайцева.
13. yudashkin.com – интернет-ресурс с коллекциями и моделями Валентина Юдашкина.

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).**

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др.

Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

**План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

**Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

**План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно

подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

**Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

**Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

**Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

1й – организационный;

2й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов.

В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана по изучаемому материалу. Это позволяет составить сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные явления и факты. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для решения практических задач.

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине «Тренды и целевая аудитория в сфере fashion» предполагается использование сети Интернет, стандартных компьютерных программ Microsoft Office. Использование специального программного обеспечения или справочных систем данной рабочей программой не предусматривается.

### **Лицензионное программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

### **Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC.

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).**

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Данные аудитории, а также помещения для самостоятельной работы студентов, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа оборудованы наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Аудитории для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой подключенной к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Учебное помещение № I-65, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования.

Кабинет № 424 – 139,1 м<sup>2</sup>

### **Оборудование:**

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. колонки;
4. блок управления проекционным оборудованием;
5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт. Компьютер подключен к сети «Интернет» и с

обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;

6. столы - 36 шт.;

7. стулья – 71 шт..

**Лицензионное программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);

2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;

2. Архиватор 7-Zip;

3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;

4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;

5. Медиаплеер VLC.

Учебное помещение № I-12, для проведения лекционных, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, самостоятельной работы обучающихся. Компьютерный класс / Лаборатория информационных технологий.

Кабинет № 403 – 61,4 м<sup>2</sup>

**Оборудование:**

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;

2. проекционный экран;

3. колонки;

4. блок управления проекционным оборудованием;

5. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.;

6. персональные компьютеры - 27 шт.;

Все компьютеры подключены к сети «Интернет» и с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

7. столы - 14 шт.;

8. стулья – 28 шт..

**Лицензионное программное обеспечение:**

1. Kaspersky Endpoint Securit KL4863RAPFQ (Договор: Tr000459686, срок действия с 06.02.2020 г. по 13.02.2021 г.);

2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;

2. Архиватор 7-Zip;

3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;

4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;

5. Медиаплеер VLC.