

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 28.11.2024 17:51:59

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«14» апреля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.02.03 «РИТЕЙЛ-БРЕНДИНГ»

(элективная дисциплина)

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

Форма обучения:

очная

Москва – 2022

Разработчик (и): Филин Виталий Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«01» марта 2022 г.



(подпись)

/В.Ю. Филин /

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1015 от 13.08.2020г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой разработчика РПД



(подпись)

/Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 8 от «04» марта 2022 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у обучающихся навыков определения целей и формулирования задач в области ритейл-брендинга, самостоятельного планирования, организации и осуществления проектирования ритейл-бренда.

Задачи:

- сформировать у обучающихся навыки аналитической и исследовательской деятельности в сфере бренд-проектирования, разработки ритейл-концепции;
- сформировать у обучающихся навыки разработки идеологии и платформы ритейл-бренда, бренд-архитектуры;
- сформировать у обучающихся навыки систематизации дизайн-разработок, разработки вербальной и визуальной тождественности ритейл-бренда.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 6 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3 - организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3 Организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта	ПК-3.1. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности	Знает: способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Умеет: выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Владеет: навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности

	<p>ПК-3.3. Способен применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы</p>	<p>Знает: технологию применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов Умеет: применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы Владеет: навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов</p>
--	---	--

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Ритейл-брендинг» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	54
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	36
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	27
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Экзамен – 6 семестр
Трудоемкость (час.)	27
Общая трудоемкость з.е. / часов	3 з.е. / 108 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов
№	Наименование	

		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Аналитическая и исследовательская деятельность	2	4	-	3
2	Разработка идеологии и платформы ритейл-бренда	2	5	-	3
3	Разработка бренд-архитектуры	3	4	-	4
4	Разработка вербальной и визуальной идентификации ритейл-бренда	2	5	-	4
5	Разработка концепции оформления ритейл-пространства	2	5	-	4
6	Разработка технологических и конструктивных решений	3	4	-	3
7	Разработка ритейл-бука	2	5	-	3
8	Авторский надзор и сопровождение на этапе внедрения ритейл-бренда	2	4	-	3
Итого (часов)		18	36	-	27
Форма контроля:			экзамен		27
Всего по дисциплине:			108 / 3 з.е.		

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Аналитическая и исследовательская деятельность

Анализ структуры рынка: текущие характеристики и тенденции развития. Анализ конкурентной среды, стратегий продвижения конкурентов, платформы существующих брендов. Проведение интервью со стейкхолдерами и экспертами рынка. Определение места компании на рынке. Сегментация потребителей, определение ценностей будущих потребителей бренда. Подготовка аналитического отчета.

Тема 2. Разработка идеологии и платформы ритейл-бренда

Определение основной потребительской ценности формата. Разработка основных атрибутов ритейл-бренда: философия бренда, миссия бренда, эмоциональные и рациональные выгоды бренда, характер бренда. Позиционирование бренда. Видение бренда – образ бренда в будущем. Разработка стратегических сценариев развития и гипотез будущего позиционирования бренда и его платформы.

Тема 3. Разработка бренд-архитектуры

Определение продуктовой структуры портфеля. Ранжирование продуктов внутри портфеля. Определение принципов соподчиненности основного бренда и суббрендов. Определение позиции продукт/рынок. Разработка графической и вербальной структуры портфеля. Определение наиболее перспективной гипотезы формирования бренд-архитектуры, детальное описание ее логической структуры.

Тема 4. Разработка вербальной и визуальной идентификации ритейл-бренда

Уточнение формата и ассортиментной матрицы. Разработка вариантов названий. Проведение лингвистических исследований и тестов. Предварительные и полные проверки в Роспатенте, патентная поддержка. Копирайтинг. Вординг. Разработка теглайнов и дескрипторов. Разработка концепции визуальной тождественности бренда, навигации в пространстве и визуализации бренд-архитектуры.

Тема 5. Разработка концепции оформления ритейл-пространства

Разработка идеи, которая формирует стиль и атмосферу торгового пространства. Воплощение концепции оформления ритейл-пространства в графике, цвете, малых архитектурных формах, материалах и технологиях. Разработка принципов организации торгового процесса и зонирования пространства, (bubble plans), планограмм. Организация маршрутизации клиентских потоков. Создание объемно-архитектурной концепции.

Тема 6. Разработка технологических и конструктивных решений

Разработка планировочных решений для пилотных объектов и типовых форматов сети. Проработка конструктивных решений для экстерьерных элементов, мебели, торгового оборудования, навигации, систем освещения. Разработка чертежей, схем, разверток, спецификаций элементов бренда и ритейл-пространства. Подбор поставщиков, способных изготовить конструктивные и технологические элементы ритейл-пространства.

Тема 7. Разработка ритейл-бука

Систематизация дизайн-разработок и решений по организации и оформлению ритейл-пространства. Описание правил, стандартов и регламентов использования визуальных, конструктивных и технологических решений для каждого из типовых форматов. Стандартизация всех чертежей, спецификаций, технических и технологических решений. Оформление разработок в рамках единого документа.

Тема 8. Авторский надзор и сопровождение на этапе внедрения ритейл-бренда

Технический надзор за корректным изготовлением технологических и конструктивных элементов бренда. Приемка объекта на предмет соответствия воплощения дизайн-концепции в конструктиве, материалах и технологиях. Аудиты визуальной идентификации. Обучающие семинары для сотрудников/партнеров сети. Внесение необходимых изменений и дополнений в стандарты ритейл-бренда.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М. О. Макашев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 208 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684513
2. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К° : Издательство Шаркова, 2020. – 272 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684227
3. МакДональд М. Бренддинг. Как создать мощный бренд: учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва: Юнити, 2015. – 559 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436697
4. Грошев И. В. Системный бренд-менеджмент: учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – Москва: Юнити, 2015. – 655 с.

Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117920

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

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 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

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://identitydesigned.com/> - сайт о дизайне, визуальной айдентике и брендинге
10. http://underconsideration.com/blogs_we_publish/brand-new/ - Brand New — посвящён ярким проектам в области брендинга и айдентики
11. <https://realybiz.ru/> - сборник креативных идей для малого бизнеса
12. <http://powerbranding.ru/cenoobrazovanie/> - Онлайн — энциклопедия по брендингу
13. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга)

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 423

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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 (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). 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:

Первый этап – организационный;

Второй этап - 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, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается 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.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.ДЭ.02.03 «РИТЕЙЛ-БРЕНДИНГ»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

Форма обучения:

очная

Москва – 2022

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-3 Организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта	ПК-3.1. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности	Знает: способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Умеет: выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Владеет: навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности
	ПК-3.3. Способен применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы	Знает: технологию применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов Умеет: применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы Владеет: навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает: способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Не умеет: выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития	В целом знает: способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности, но допускает грубые ошибки В целом умеет: выявлять и оценивать	Знает: способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности, но иногда допускает ошибки Умеет: выявлять и оценивать новые рыночные	Знает: способы и методы выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности Умеет: выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития

<p>новых направлений бизнес-деятельности</p> <p>Не владеет: навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности</p>	<p>новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности, но часто испытывает затруднения</p>	<p>возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>новых направлений бизнес-деятельности</p> <p>Владеет: навыком выявления и оценивания новых рыночных возможностей для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности</p>
<p>Не знает: технологию применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов</p> <p>Не умеет: применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы</p> <p>Не владеет: навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов</p>	<p>В целом знает: технологию применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом владеет: навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: технологию применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: технологию применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов</p> <p>Умеет: применять методы сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты и обосновать полученные выводы</p> <p>Владеет: навыком применения методов сбора, обработки и анализа необходимых данных в соответствии с поставленной задачей, анализа результатов и обоснования полученных выводов</p>

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример творческих заданий:

1. Определение места компании на рынке. Сегментация потребителей, определение ценностей будущих потребителей бренда.
2. Разработка стратегических сценариев развития и гипотез будущего позиционирования бренда и его платформы.
3. Разработка графической и вербальной структуры портфеля брендов.
4. Разработка концепции визуальной тождественности бренда.
5. Разработка принципов организации торгового процесса и зонирования пространства.
6. Проработка конструктивных решений для экстерьерных элементов, мебели, торгового оборудования, навигации, систем освещения.
7. Систематизация дизайн-разработок и решений по организации и оформлению ритейл-пространства.
8. Внесение необходимых изменений и дополнений в стандарты ритейл-бренда.

Оценка творческих заданий производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Анализ структуры рынка: текущие характеристики и тенденции развития.
2. Анализ конкурентной среды.
3. Анализ стратегий продвижения конкурентов
4. Анализ платформ существующих брендов.
5. Определение основной потребительской ценности формата.
6. Разработка основных атрибутов ритейл-бренда.
7. Позиционирование бренда.
8. Видение бренда – образ бренда в будущем.
9. Определение продуктовой структуры портфеля.
10. Ранжирование продуктов внутри портфеля.
11. Определение принципов соподчиненности основного бренда и суббрендов.
12. Разработка вариантов названий.
13. Проведение лингвистических исследований и тестов.
14. Копирайтинг.
15. Вординг.
16. Разработка концепции оформления ритейл-пространства
17. Организация маршрутизации клиентских потоков.
18. Создание объемно-архитектурной концепции.
19. Разработка технологических и конструктивных решений.
20. Разработка планировочных решений для пилотных объектов и типовых форматов сети.
21. Разработка чертежей, схем, разверток, спецификаций элементов бренда и ритейл-пространства.
22. Разработка ритейл-бука
23. Описание правил, стандартов и регламентов использования визуальных, конструктивных и технологических решений для каждого из типовых форматов
24. Стандартизация всех чертежей, спецификаций, технических и технологических решений.

25. Оформление разработок в рамках единого документа
26. Авторский надзор и сопровождение на этапе внедрения ритейл-бренда
27. Технический надзор за корректным изготовлением технологических и конструктивных элементов бренда.
28. Приемка объекта на предмет соответствия воплощения дизайн-концепции в конструктиве, материалах и технологиях.
29. Аудиты визуальной идентификации.
30. Организация обучающих семинары для сотрудников/партнеров сети.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух-балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и): Филин Виталий Юрьевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 8 от 04.03.2022 г.).