

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.01.01 «ОСНОВЫ БИЗНЕСА В FASHION-ИНДУСТРИИ»

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

«01» марта 2022 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 №1015 от 13.08.2020г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/Е.А. Дубоносова /

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

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков в области предпринимательской деятельности применительно к fashion-индустрии.

Задачи:

- рассмотрение особенностей предпринимательской деятельности в индустрии моды;
- обучение навыкам открытия бизнеса в индустрии моды;
- ознакомление с основными этапами разработки бизнес-плана компании в индустрии моды;
- приобретение навыков регистрации компании в индустрии моды;
- ознакомление с системой организации процесса создания модной коллекции;
- приобретение навыков продвижения брендов в индустрии моды.

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: 5 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 ОБУЧАЮЩИМСЯ

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-3.2. Создание требований, выработка ключевых решений и организация программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса</p>	<p>Знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса Умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса Владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса</p>
	<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 «Основы бизнеса в fashion-индустрии» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 5 зачетных единиц (180 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	90
<i>в том числе:</i>	

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Экзамен – 5 семестр
Трудоемкость (час.)	36
Общая трудоемкость з.е. / часов	5 з.е. / 180 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Открытие бизнеса в индустрии моды	3	6	-	15
3	Регистрация компании в индустрии моды	3	6	-	15
4	Разработка бизнес-плана компании в индустрии моды	3	6	-	15
5	Организация процесса создания модной коллекции	3	6	-	15
6	Продвижение брендов в индустрии моды	3	6	-	15
Итого (часов)		18	36	-	90
Форма контроля:		экзамен			36
Всего по дисциплине:		180 / 5 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Мода как бизнес

Понятие индустрии моды. Особенности предпринимательской деятельности в индустрии моды. Субъективность рынка. Сезонность. Импульсные покупки. Высокая волатильность спроса на рынке. Модные товары и услуги. Нишевые идеи в индустрии моды. Промышленные и частные ателье. Модные дома. Швейные производства. Магазины тканей и фурнитуры. Организация модных показов.

Тема 2. Открытие бизнеса в индустрии моды

Анализ спроса и предложения на fashion-рынке и оценка уровня конкуренции. Возрастание конкуренции со стороны производителей сегмента масс-маркета и модных технологичных стартапов. Аренда офиса, его оснащение и подбор персонала. Разработка стратегии развития компании с учетом постоянного роста привлекательности для потенциальных клиентов.

Тема 3. Регистрация компании в индустрии моды

Анализ существующих организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в индустрии моды и выбор подходящего варианта: открытие новой фирмы, покупка франшизы или приобретение готового рабочего бизнеса. Преимущества работы по франшизе. Особенности процесса регистрации компаний различных организационно-правовых форм в Федеральной налоговой службе.

Тема 4. Разработка бизнес-плана компании в индустрии моды

Состав и структура бизнес-плана компании. Стартовые инвестиции и регулярные расходы компании (оплата аренды помещения и его оснащения, выплата заработной платы сотрудникам, рекламные расходы). Разработка ценовой политики компании. Расчет окупаемости бизнеса с учетом количества привлекаемых заказчиков. Определение необходимости привлечения заемных средств.

Тема 5. Организация процесса создания модной коллекции

Основные этапы процесса создания модной коллекции. Постановка цели создания коллекции. Выбор основной идеи коллекции и изучение трендов. Подбор материалов и фурнитуры. Создание эскизов. Выбор лучших экземпляров. Детальное конструирование. Создание «эталонов». Создание чистовых лекал и градирование по размерам. Изготовление коллекции. Участие в модном показе и реализация коллекции.

Тема 6. Продвижение брендов в индустрии моды

Организация виртуальной точки продаж: сотрудничество с крупными ресурсами или создание собственного интернет-магазина. Интерактивная поддержка сайта: онлайн-консультант, качественные фото и видео. SEO-продвижение сайта в поисковиках. Контекстная реклама. SMM-продвижение бренда. PR-продвижение бренда. Управление репутацией в сети. Статейный, вирусный, скрытый маркетинг.

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. Арт-менеджмент / Л.Н. Жуковская, С.В. Костылева, В.С. Лузан и др.; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. – Красноярск: СФУ, 2016.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=496978
2. Кондакова Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие - Екатеринбург: Архитектон, 2016.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455455
3. Старов С. А. Управление брендами: учебник - Санкт-Петербург: Высшая школа менеджмента, 2008.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=458118

4. Сулова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление: учебное пособие - Москва: Юнити, 2015.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=446441
5. Беликова И. П. Управление проектами: краткий курс лекций. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277473&sr=1
6. Стрелкова Л.В. Внутрифирменное планирование - учеб. пособие для студентов вузов/ Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114539
7. Тарасова О. П. Организация проектной деятельности дизайнера: учебное пособие - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2013.
Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270309
8. Учитель Ю.Г. Разработка управленческих решений: учебник для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117136

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. <http://netology.ru/> - «Нетология» — университет по подготовке и дополнительному обучению специалистов в области интернет-маркетинга, управления проектами, дизайна, проектирования интерфейсов и веб-разработки.
10. <https://www.cfin.ru/business-plan/> - База данных «Библиотека управления» - бизнес-планирование
11. www.aup.ru - Административно-управленческий портал
12. www.eur.ru - Библиотека экономической и управленческой литературы
13. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/standart-iso-10668/> - международный стандарт ISO 10668 «Оценка бренда»
14. <http://www.brandz.com/> - база данных о мировых брендах. Она содержит данные от более чем 650 000 потребителей и специалистов в 31 стране. Сравнивает более 23 000 брендов. База данных используется для оценки бренда, и каждый год, начиная с 2006 года, используется для создания списка из 100 лучших мировых брендов.
15. <https://www.interbrand.com/> - сайт консалтингового агентства Interbrand - одного из мировых лидеров в области брендинга (ребрендинга, нейминга).
16. <http://www.popairussia.com/analytics/research> - база исследовательских данных ассоциации POPAI GLOBAL - международной ассоциации маркетинга в ритейле, объединение экспертов в области маркетинговых коммуникаций, специализирующихся по стимулированию сбыта и оформлению мест продаж
17. <http://xn--90agcbacgim.xn--p1ai/> - сайт «Корпорация оценки бренда».
18. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
19. <https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications> - база данных European Society of Marketing Research Professionals одной из самых крупных исследовательской ассоциации в области маркетинга

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.

№ 424

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, выполнение творческих работ. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности. 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, стиля, своих взглядов.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с рекомендованной учебной и иллюстративной литературой.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

1 – организационный;

2 - закрепление и углубление теоретических и практических знаний.

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

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на занятиях 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.

В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные задачи рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

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.

В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, пытаются применить эти знания при выполнении творческих работ, серий эскизов. В процессе обсуждения ошибок и удачных вариантов разработанных серий эскизов, вырабатывается уверенность в умении правильно использовать приобретенные знания для решения практических задач.

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

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.ДЭ.01.01 «ОСНОВЫ БИЗНЕСА В FASHION-ИНДУСТРИИ»

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
<p>ПК-3 Организация дизайн-бизнеса и управление показателями успешности развития и продвижения дизайн-продукта</p>	<p>ПК-3.1. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности для создания и развития новых направлений бизнес-деятельности</p>	<p>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>
	<p>ПК-3.2. Создание требований, выработка ключевых решений и организация программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса</p>	<p>Знает: процесс и этапы создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса Умеет: создавать требования, вырабатывать ключевые решения и организовывать программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса Владеет: навыком создания требований, выработки ключевых решений и организации программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса</p>
	<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>

Показатели оценивания результатов обучения

	программы работ по организации, развитию и продвижению дизайн-бизнеса, но часто испытывает затруднения	продвижению дизайн-бизнеса, но иногда испытывает затруднения	
<p>Не знает: технологии 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: технологии 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 часто испытывает затруднения</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: технологии 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: технологии 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 теста:

1. Устойчивое единство образной системы, выразительных средств, характеризующее своеобразие тех или иных совокупностей явлений искусства:

- а) мода;
- б) стиль;
- в) эпоха;
- г) композиция.

2. Последовательность стадий модного цикла:

- а) возникновение новой моды – распространение – спад;
- б) спад - возникновение новой моды – спад;
- в) распространение – возникновение – спад;
- г) спад - распространение – возникновение.

3. Модельер, это:

- а) специалист по изготовлению моделей одежды;
- б) демонстратор моделей одежды;
- в) организатор показа моделей одежды;
- г) оформитель показа моделей одежды.

4. Как называют класс одежды, которую носят в соответствии с уставом или традиционно представители отдельных ведомств:

- а) специальная одежда;
- б) производственная одежда;
- в) форменная одежда;
- г) военная одежда.

5. Стиль, для которого характерны металлические кнопки, пуговицы, заклёпки, блочки, застёжки-молнии:

- а) романтический;
- б) спортивный;
- в) фольклорный;
- г) классический.

6. Конструирование одежды – это:

- а) процесс создания объемной оболочки, покрывающей тело человека, из плоского материала;
- б) процесс создания форм, из плоского материала;
- в) процесс создания одежды, из объемного материала;
- г) процесс создания объемной оболочки, покрывающей тело человека, из объемного материала.

7. Моделирование одежды – это:

- а) творческий процесс по созданию образца модели по замыслу художника;
- б) последовательный порядок действий в ходе создания одежды;
- в) совокупность приемов по созданию одежды, подчиненных общему принципу;
- г) положение одежды на фигуре человека.

8. Основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда, это:

- а) актуальность, простота, отличие, последовательность, постоянство;
- б) загадочность, эклектичность, переменчивость;
- в) запоминаемость и навязчивость рекламы;
- г) объем рекламного бюджета.

9. В зависимости от направлений маркетинговой деятельности (товарное, ценовое, сбытовое, сервисное или рекламное), различают:

- а) товары, цены, сбыт;
- б) сервис и рекламу;
- в) виды позиционирования бренда;

г) типы брендов.

10. Продаваемый во всем мире при сохранении целостности и единства бренд (т. е. применяется одинаковое позиционирование, один и тот же ассортимент продукции, используются одинаковая коммуникация и система распространения), называется:

- а) местным брендом;
- б) глобальным брендом;
- в) популярным брендом;
- г) транскорпорацией.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Пример контрольной работы:

«Разработка бизнес-плана модного дома»

Бизнес-план является основным документом в организации цивилизованной предпринимательской деятельности и реализации инвестиционных проектов. Он является развернутым технико-экономическим, организационным, коммерческим, управленческим обоснованием целесообразности того или иного вида бизнеса.

Бизнес-план представляет собой документ, содержащий обоснование действий, которые необходимо осуществить для реализации какого-либо коммерческого проекта или создания нового предприятия.

Задание:

Разработать бизнес-план модного дома, согласно следующей (примерной) структуре:

1. Резюме бизнес-плана

- 1.1. Сведения о проекте и компании-инициаторе
- 1.2. Цель составления бизнес-плана
- 1.3. Описание проекта и целесообразность его реализации
- 1.4. Финансовая оценка проекта
- 1.5. Структура финансирования

2. Описание проекта

- 2.1. Общее описание компании
- 2.2. Суть проекта
- 2.3. Организационная структура и управленческая команда

3. Описание продукта

- 3.1. Типы продуктов и их основные характеристики
- 3.2. Сопутствующие товары и услуги

4. Сведения о рынке и конкурентах

- 4.1. Текущее состояние рынка

- 4.2. Тенденции и прогнозы развития рынка
- 4.3. Описание нынешних и потенциальных клиентов
- 4.4. Описание компаний-конкурентов
- 4.5. Описание поставщиков и каналов поставок материалов
- 4.6. Маркетинговая стратегия
- 4.7. SWOT-анализ положения компании на рынке

5. План реализации проекта

6. Описание требуемых ресурсов

- 6.1. Анализ расположения и инфраструктуры
- 6.2. Список приобретаемых активов
- 6.3. Требуемое сырье и материалы
- 6.4. Потребность в кадрах

7. План производства

- 7.1. Краткое описание производственного процесса
- 7.2. Описание технологии производства
- 7.3. Список общих издержек

8. Финансовый план

- 8.1. Основные исходные данные, допущения и предпосылки, использованные для построения финансовых прогнозов
- 8.2. Показатели эффективности инвестиций
- 8.3. Финансовые показатели
- 8.4. Анализ безубыточности
- 8.5. Оценка проектных рисков

9. Заключение

Оценка за контрольную работу проводится матричным методом:

Критерии оценки	БАЛЛЫ
Ясность, четкость изложения	0-5 баллов
Аргументированность выводов	0-5 баллов
Креативность подходов	0-5 баллов
Качество выполнения заданий	0-5 баллов
Итоговая оценка	0-20 баллов

Оценка за контрольную работу формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 16 - 20 баллов;
- оценка «хорошо» - 11 - 15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - 0 - 5 баллов.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Понятие индустрии моды.
2. Особенности предпринимательской деятельности в индустрии моды.
3. Модные товары и услуги.
4. Нишевые идеи в индустрии моды.
5. Промышленные и частные ателье.
6. Модные дома и швейные производства.
7. Организация модных показов.
8. Анализ спроса и предложения на fashion-рынке и оценка уровня конкуренции.
9. Разработка стратегии развития компании.
10. Состав и структура бизнес-плана компании.
11. Стартовые инвестиции и регулярные расходы компании.
12. Разработка ценовой политики компании.
13. Расчет окупаемости бизнеса с учетом количества привлекаемых заказчиков.
14. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в индустрии моды.
15. Преимущества работы по франшизе.
16. Основные этапы процесса создания модной коллекции.
17. Постановка цели создания коллекции.
18. Выбор основной идеи коллекции и изучение трендов.
19. Подбор материалов и фурнитуры.
20. Создание эскизов. Выбор лучших экземпляров.
21. Изготовление коллекции.
22. Участие в модном показе и реализация коллекции.
23. Организация виртуальной точки продаж.
24. Интерактивная поддержка сайта.
25. SEO-продвижение сайта в поисковиках.
26. Контекстная реклама.
27. SMM-продвижение бренда.
28. PR-продвижение бренда.
29. Управление репутацией в сети.
30. Статейный, вирусный, скрытый маркетинг.

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	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при

		теоретические знания в практическую плоскость.	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): Андреева Варвара Владимировна, доцент кафедры дизайна АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

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