

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет архитектуры и дизайна

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Т.А. Хагуров

«31» мая 2019г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 Брендинг в фэшн-бизнесе

Направление подготовки 54.03.03. Искусство костюма и текстиля

Направленность (профиль) Художественное проектирование костюма

Программа подготовки академическая

Форма обучения очная

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Краснодар 2019

Рабочая программа дисциплины БРЕНДИНГ В ФЕШН-БИЗНЕСЕ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (профиль) 54.03.03. Художественное проектирование костюма
код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составила
А.Е. Валуева, преподаватель

И.О. фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины брендинг в фешн-бизнесе утверждена на заседании кафедры дизайна костюма протокол № 8 «25» апреля 2019г.
Заведующий кафедрой (разработчик) Зими́на О.А.
фамилия, инициалы

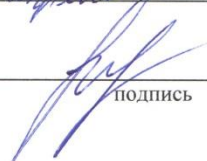

подпись

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры дизайна костюма протокол № 8 «25» апреля 2019г.
Заведующий кафедрой (выпускающей) Зими́на О.А.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета архитектуры и дизайна протокол № 8 «30» апреля 2019г.

Председатель УМК факультета Марченко М.Н.
фамилия, инициалы


подпись

Эксперты:



А.В. Шаповалова, к. ист. н., ген. директор
ООО АСК «Златошвея», член СДР



С.Г. Ажгихин, к.п.н., доцент, профессор каф.
Дизайна, технической и компьютерной графики
«КубГУ», член СДР

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Познакомить студентов с основами теории и практики Брендинга в фэшн-бизнесе, тенденциями его развития, помочь сориентироваться в современной рекламной действительности, научить использовать основные принципы веб-технологий и презентации в профессиональной деятельности

1.2 Задачи дисциплины

- дать представление о сущностных характеристиках брендинга в фэшн-бизнесе, ее целях и функциях;
- научить оценивать рекламные разработки и выбирать каналы распространения рекламных сообщений;
- изучить рекламные возможности традиционных и новых средств брендинга в фэшн-бизнесе;
- дать представление о специфике международного брендинга в фэшн-бизнесе и особенностях брендинга в фэшн-бизнесе в профессиональной сфере деятельности;
- рассмотреть социально-правовые аспекты брендинга деятельности;
- дать представление о потенциальных возможностях личностного профессионального развития по средствам брендинга в фэшн-бизнесе
- дать представление о необходимости качественного нового уровня брендинга в фэшн-бизнесе в сфере профессиональных интересов.
- привить осознание социальной значимости своей будущей профессии, наличие высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности
- научить использовать компьютерные технологии при реализации творческого замысла

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Брендинг в фэшн-бизнесе» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана (дисциплина по выбору).

предшествующие дисциплины: Рисунок; Информационные технологии в искусстве костюма и текстиля; Компьютерная графика;

последующие дисциплины: Спецрисунок; Психология имиджа и моды; Проектирование коллекций; САПР одежды.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся обще профессиональных/профессиональных компетенций (ОПК 6/ПК 18)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК6	осознанием социальной значимости своей будущей профессии, наличие высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности	приемы и методы брендинга, которые можно использовать в профессиональной деятельности	Создавать профессиональный продукт отражающий осознание социальной значимости своей профессии	высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности и технологиями брендинга на профессиональном

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
					уровне
	ПК18	готовностью использовать компьютерные технологии при реализации творческого замысла	Различные компьютерные технологии используемые при реализации творческого замысла и создания брендинг-проекта проектируемого изделия	использовать компьютерные технологии в профессиональной деятельности в рамках брендинг-проекта	навыками реализации творческого замысла брендинг-проекта с использованием различных компьютерных технологий

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 1 зач.ед. (36 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			5			
Аудиторные занятия (всего)		18	18			
В том числе:						
Занятия лекционного типа						
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)						
Лабораторные занятия		18	18			
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа (всего)		17,8	17,8			
В том числе:						
Выполнение практических творческих заданий			15,8			
Подготовка к текущему контролю			2			
Контроль						
Подготовка к зачету						
Общая трудоемкость	час	36	36			
	в том числе контактная работа	18,2	36,2			
	зач. ед.	1	1			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие брендинга в фэшн-бизнесе. Основные брендинга в фэшн-бизнесе	18			9	9
2.	Средства распространения брендинга в фэшн-бизнесе и его применение	17,8			9	8,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>	35,8			18	17,8

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

Не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа

Не предусмотрены

2.3.3 Лабораторные занятия

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Разработка веб-логотипа	Просмотр, защита ЛР., О.
2.	Рекламные средства раскрутки брендов в сети Интернет	Просмотр, защита ЛР., О.
3.	Создания бренд-имиджа и бренд-репутации	Просмотр, защита ЛР., О.
4.	Разработка авторского портфолио	Просмотр, защита ЛР., О.

формы текущего контроля: ЛР- лабораторная работа, О.-устный опрос

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Выполнение практических творческих заданий	Блюм, М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. - 105 с. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780 . 3 Макарова, Т.В. Компьютерные технологии в сфере визуальных коммуникаций: работа с растровой графикой в Adobe Photoshop : учебное пособие / Т.В. Макарова ; Минобрнауки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет». - Омск : Издательство
2	Подготовка к текущему контролю	

		ОмГТУ, 2015. - 240 с. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443143
--	--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

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,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

Для достижения планируемых результатов обучения в дисциплине «Компьютерная графика» используются различные образовательные технологии:

1. Информационные развивающие технологии, направленные на формирование системы знаний, запоминание и свободное оперирование ими

2. Личностно-ориентированные технологии обучения, обеспечивающие в ходе учебного процесса учет различных способностей обучающихся, создание необходимых условий для развития их индивидуальных способностей, развитие активности личности в учебном процессе.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущей аттестации

Вопросы для устного опроса по теме «Понятие Брендинга в фэшн-бизнесе»

1. Сущность и содержание понятия бренда, его отличие от торговой марки и товарного знака.
2. Современные тенденции и особенности развития брендинга.
3. Брендинг в России.
4. Внешние атрибуты бренда. Классификация брендов.
5. Сущность и содержание бренд-менеджмента.
6. Корпоративная культура и брендинг.
7. Бренд-менеджмент в западных и российских компаниях.
8. Бренд-менеджер и его роль в системе корпоративного управления.
9. Брендинг в системе стратегического управления.
10. Мотивационный анализ и сегментирование в брендинге.
11. Основные модели и принципы создания бренда.
12. Позиционирование бренда.
13. Устаревание бренда, омоложение бренда. Ребрендинг.
14. Подходы к управлению брендами.
15. Бренд-портфель: структура и стратегическое развитие.
16. Создание бренда в Интернете. Компоненты и стратегии.
17. Интернет-брендинг: этапы и принципы.
18. Имидж бренда.
19. Лояльность к брендам.

20. Марочный капитал: понятие и сущность, факторы оценки.
21. Аудит бренда.
22. Оценка стоимости брендов.
23. Защита брендов.
24. Фальсификация и имитация брендов.
25. Мировой опыт охраны и защиты торговых марок: принципы, формы, особенности.
26. Что такое мифодизайн элементов бренд-стиля?
27. Что такое идентичность бренда (BrandIdentity)
28. Бренд-имидж (BrandImage),

Темы презентации

1. История Брендинга в фэшн-бизнесе и современные тенденции его развития
2. Стратегии и методы управления брендинг-процессами
3. Основные положения «Западной» концепции бренд-культуры
4. Основные положения «Азиатской» концепции бренд-культуры
4. Основные положения «Зонтичной» концепции бренд-культуры

темы творческих заданий

Тема1.Разработка веб-листки на тему «Распродажа»

Тема2.Разработка веб-плаката на тему «Деловой женский костюм»

Тема3.Разработка веб-плаката на тему «Мода»

Критерии оценки:

- **оценка «отлично»** выставляется студенту, если
 - выполнен весь необходимый объем работ;
 - содержание темы полностью раскрыто;
 - проявлено осознание социальной значимости своей будущей профессии, наличие высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности
 - использованы компьютерные технологии при реализации творческого замысла
- **оценка «хорошо»** выставляется студенту, если:
 - выполнен весь необходимый объем работ;
 - содержание темы раскрыто, но не полностью;
 - частично проявлено осознание социальной значимости своей будущей профессии, наличие высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности
 - использованы, но не в полном объеме, компьютерные технологии при реализации творческого замысла
- **оценка «удовлетворительно»** выставляется студенту, если:
 - выполнен не весь необходимый объем работ;
 - содержание темы раскрыто, но не полностью;
 - проявлено, но слабо, осознание социальной значимости своей будущей профессии, наличие высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности
 - использованы, но не в полном объеме, компьютерные технологии при реализации творческого замысла
- **оценка «неудовлетворительно»** выставляется студенту, если:
 - не выполнен необходимый объем работ;
 - содержание темы не раскрыто.

- не проявлено осознание социальной значимости своей будущей профессии, наличие высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности
- плохо использованы компьютерные технологии при реализации творческого замысла

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме зачета.

Зачет проходит в виде сдачи всех работы и сдачи теоретического материала(презентации). Положительная оценка зачета складывается из выполненных в течение семестра аудиторных и самостоятельных работ, защиты презентации.

Оценка «зачтено» выставляется, если:

- все задание выполнены полностью, за отведенное время, с использованием всех необходимых инструментов.
- студент дает устные пояснения к выполненной работе, презентация проведена за отведенное время с положительным результатом
- проявлено осознание социальной значимости своей будущей профессии, наличие высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности
- использованы компьютерные технологии при реализации творческого замысла

Оценка «не зачтено» выставляется, если:

- работы выполнены не полностью, студент не уложился в отведенное время,
- не может пояснить ход работы и использованные инструменты,
- презентация не проведена за отведенное время/ результат не удовлетворительный
- не проявлено осознание социальной значимости своей будущей профессии, наличие высокой мотивации к выполнению профессиональной деятельности
- плохо использованы компьютерные технологии при реализации творческого замысла

* при наличии более 90% положительных оценок в течении семестра студент может претендовать на самозачет.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

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.

5.1 Основная литература:

1 Блюм, М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, М.Ю. Яковлева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. - 105 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780>.

2 Макарова, Т.В. Компьютерные технологии в сфере визуальных коммуникаций: работа с растровой графикой в Adobe Photoshop : учебное пособие / Т.В. Макарова ; Минобрнауки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет». - Омск : Издательство ОмГТУ, 2015. - 240 с.

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443143>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1 Музыкант, В.Л. Управление брэнд-коммуникациями : монография / В.Л. Музыкант ; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 380 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464162>

2 Основы трёхмерного моделирования и визуализации : учебно-методическое пособие / Р.Г. Хисматов, А.Н. Грачев, Р.Г. Сафин, Н.Ф. Тимербаев ; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет». - Казань : КНИТУ, 2012. - Ч. 1. - 140 с. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258846>

5.3. Периодические издания:

1 Теория моды: одежда, тело, культура отдел литературы по искусству:. Искусство. Искусствознание.

2. Художник отдел литературы по искусству:. Искусство. Искусствознание

3. URBAN magazine отдел литературы по искусству:. Искусство. Искусствознание

4 Собрание шедевров отдел литературы по искусству:. Искусство. Искусствознание

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. Библиоклуб. Электронная библиотека и Интернет-магазин: http://www.biblioclub.ru/90545_Informatsionnye_tekhnologii_Uchebno_prakticheskoe_posobie.html

2. eGraphic - Все для дизайна. Photoshop уроки, <http://www.egraphic.ru/photoshop-tutorials/page/1/>

3. Уроки фотошопа для начинающих: <http://www.ps-lessons.ru/lesson.php?id=117>

4.Библиотека обучающихся уроков компьютерной графике Дизайн навигатор: <http://designnavigator.ru/tutorials/photo/>

5. http://photoshop.demiart.ru/fx_photo.shtml

6. <http://en-studio.ru/rob/>
7. [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/resource/193/80193)
<http://window.edu.ru/resource/193/80193>

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Лабораторные занятия проходят в компьютерном классе ФАД. На каждом занятии студенты получают практическое задание. В каждом задании преподавателем акцентируются цели, задачи и время выполнения. Некоторые задания имеют длительный характер и выполняются в течении нескольких занятий.

Специфика методики преподавания данной дисциплины заключается в том, что теоретический материал постоянно повторяется студентами в процессе практических занятий. Каждое практическое занятие начинается с короткого лекционного введения, в процессе которого преподаватель определяет основные задачи и требования, выполнение которых предусматривает текущий объем практической работы.

Форма контроля - зачет, запланирован учебным планом в конце семестра..

При оценке практических умений и знаний студента учитывается время выполнения работ, степень завершенности, технические приемы использованные в работе.

При оценке теоретического материала учитывается степень знаний, понимание, способность использовать теоретические знания на практике.

Лабораторные работы.

5 семестр (18 часов)

Занятие 1. Разработка веб-логотипа.

Цель: разработка и создание визуального знака репрезентирующего творческий идеал; работа в программном приложении графического пакета Photoshop, CorelDrow, Illustrator, и т.д.

Занятие 2. Рекламные средства раскрутки брендов в сети Интернет

Цель: разработка и создание фирменного бланка, конверта, визитки, буклета и т.д. формирование единого стилистического образа, отвечающего концепции проекта; работа в программном приложении графического пакета Photoshop, CorelDrow, Illustrator, и т.д.

Занятие 3. Создания бренд-имиджа и бренд-репутации

Цель: разработка и создание плаката, мультборда, листовки и т.д. формирование единого стилистического образа, отвечающего концепции проекта; работа в программном приложении графического пакета Photoshop, CorelDrow, Illustrator, и т.д.

Занятие 4. Разработка авторского портфолио

Цель: разработка и создание собственного портфолио творческих и профессиональных работ; формирование единого стилистического образа, отвечающего концепции проекта; работа в программном приложении графического пакета Photoshop, CorelDrow, Illustrator, и т.д.

После завершения каждого задания проводится просмотр и защита работы. Цель: выявление качества усвоения знаний, приобретения умений и навыков.

Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов. (18 часов)

Получаемые на практических занятиях знания закрепляются в процессе самостоятельной работы студентов. Роль преподавателя организовать и направить эту работу (создать условия для занятий, осуществлять методическое руководство и т.д.).

Самостоятельная работа контролируется преподавателем и учитывается при аттестации в конце семестра.

Оценки за выполнение самостоятельной работы выставляются преподавателем и учитываются во время промежуточной аттестации (зачёт).

Текущий контроль осуществляется в форме индивидуальных консультаций во вре-

мя работы над заданием и еженедельной проверки выполнения заданий для самостоятельной работы.

5 семестр (17,8 часов)

Теоретическая часть самостоятельной работы:

Требования к выполнению:

- работа выполняется в виде презентации, доклада.

- титульный лист

- содержание

- основной материал

- список литературы

Список литературы оформлять в соответствии с ГОСТом. Объем не менее 10 слайдов.

Темы для выполнения теоретической самостоятельной работы:

- История веб-технологий и современные тенденции ее развития.

Практическая часть самостоятельной работы:

Требования к выполнению:

- работы выполняется в программном приложении, CorelDraw, Photoshop. Темы для выполнения самостоятельной работы:

Тема1. Разработка листовки на тему «Распродажа»

Тема2. Разработка плаката на тему «Деловой женский костюм»

Тема3. Разработка плаката на тему «Мода»

Самостоятельный практикум

№ разд.	Наименование работ	Трудо-емкость (час.)
1	<u>5 семестр.</u>	
	<u>Тема1.</u> История веб-технологий и современные тенденции ее развития.	6
	<u>Тема2.</u> Разработка веб-листовки на тему «Распродажа»	4
	<u>Тема3.</u> Разработка веб-плаката на тему «Деловой женский костюм»	4
	<u>Тема4.</u> Разработка мутборда на тему «Мода»	4

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

– Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

– Использование электронных презентаций при проведении практических занятий.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

1. Лицензионное программное обеспечение Microsoft Windows 8, 10;
2. Microsoft Office Professional Plus (программы для работы с текстом, демонстрации и создания презентаций)
3. Adobe Creative Cloud ,
4. Corel Draw Graphics Suite X8

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
3. Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);
4. Электронная библиотечная система издательства "Лань" (<http://e.lanbook.com/>)
5. Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)

6. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // <http://window.edu.ru/>;

7. Электронный архив документов КубГУ (<http://docspace.kubsu.ru/>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лабораторные занятия	Лаборатория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения для работы с различными художественными материалами.
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория, (кабинет) 322 – Компьютерный класс
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория, (кабинет) 322 – Компьютерный класс
4.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета 402, 212