

**Факультет гуманитарных и социальных наук**

**АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Образовательная программа**

*50.03.01 Искусства и гуманитарные науки*

*код и наименование направления*

**Искусства и гуманитарные науки**

*наименование образовательной программы*

|   |  |
|---|--|
| Наименование дисциплины   | Формирование бренда в индустрии моды   |
| Объём дисциплины  | 4 ЗЕ (144 час.)  |
| Краткое содержание дисциплины   |  |
| Название разделов (тем) дисциплины  | Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:  |
| Введение в курс индустрия моды  | Развитие моды. Основные понятия и термины  |
| Разнообразие стилей, классификация модной индустрии   | Синдикат Высокой моды  |
| Мода как эффективный механизм расширения и сбыта товаров, форма рекламы, форма управления . | Маркетинговые стратегии в индустрии моды<br>Механизмы управления. Мерчендайзинг  |
| Бренд-бук, гайдлайн   | Составление бренд-бук  |
| Сенсорный маркетинг   | Методика продаж. Истоки и сущность. Воздействию чувства покупателей (сенсорика), на их эмоциональное состояние, с целью увеличения продаж. Прямое обращение реализуется через аромамаркетинговые приемы — аромаподпись, ароматизацию помещения, ароматизацию |
| Нейроаркетинг и латеральный маркетинг   | Комплекс методов изучения поведения покупателей, за основу которого взято эмоциональное влияние на потребителей. Латеральное мышление и его функции в маркетинге.  |
| Бренд в модной индустрии  | Понятие, развитие, стратегии, этапы  |

**Разработчиком является**

**Ст. преподаватель кафедры  
теории и истории культуры**

**И.К.Черкасова**

*должность, название кафедры, инициалы, фамилия*

**Заведующий кафедрой  
теории и истории  
культуры**

*наименование кафедры*

*подпись*

**Е.В.Васильченко**

*инициалы, фамилия*