

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Факультет гуманитарных и социальных наук

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины:

Формирование бренда в индустрии моды

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Направленность программы (профиль)

Искусства и гуманитарные науки

1. Цель и задачи дисциплины:

Цель дисциплины - дать студентам совокупность знаний о творческой, экономической и управленческой деятельности в индустрии моды. Курс представляет собой процесс изучения мировой индустрии моды с постоянным перемещением условных границ между этапами этого процесса.

Студенты изучают маркетинговые стратегии, продвижение бренда от концепции до продаж. Студенты учатся формировать кейсы брендов, исследуют мировой рынок, изучают стили и модные тенденции.

Изучение дисциплины «Формирование бренда в индустрии моды» познакомит студентов с современными подходами к осмыслению индустрии моды. Сформирует у студентов следующие задачи:

- изучение периодов стилей и модных течений
- ориентироваться в трендах моды, стилевых направлениях и использовать их в проектной деятельности;
- изучение понятия бренд в индустрии моды
- ориентироваться в терминологии;
- изучить социальный феномен моды
- ознакомиться с творчеством известных дизайнеров, Домов моды.
- способность анализировать основные контексты социального взаимодействия

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Формирование бренда в индустрии моды» относится к вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 учебного плана.

В таблице 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Параллельные дисциплины	Последующие дисциплины
	ОПК-7 способность анализировать основные контексты социального взаимодействия	Теория культуры	Менеджмент в сфере культуры	Арт-брендинг

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины «Формирование бренда в индустрии моды» направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-7 способность анализировать основные контексты социального взаимодействия

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- методы решения конкретных задач проекта заявленного качества
- основные этапы исторического развития и перспективные направления современной индустрии моды
- иметь представление о маркетинговых коммуникациях

Уметь: формулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение

- грамотно использовать полученные знания на практике

- уметь компетентно выявлять нарушение авторских прав в индустрии моды

- уметь и развивать ряд практических навыков, позволяющих студентам впоследствии принимать высокоэффективные решения

Владеть: навыками публичного представления результатов решения конкретной задачи проекта, навыками социального взаимодействия.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 ч.).

Вид учебной работы	Всего часов	Модуль
		1
Аудиторные занятия (всего)	54	54
В том числе:		
<i>Лекции</i>	28	28
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	-	-
<i>Семинары (С)</i>	28	28
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	-	-
Самостоятельная работа (всего)	25	25
Контроль	9	9
Общая трудоемкость	час	144
	зач. ед.	4

5. Содержание дисциплины**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела (темы)
1.	Введение в курс индустрия моды	Развитие моды. Основные понятия и термины
2.	Разнообразие стилей, классификация модной индустрии	Синдикат Высокой моды
3.	Мода как эффективный механизм расширения и сбыта товаров, форма рекламы, форма управления .	Маркетинговые стратегии в индустрии моды Механизмы управления. Мерчендайзинг
4.	Бренд-бук, гайдлайн	Составление бренд-буков
5.	Сенсорный маркетинг	Методика продаж. Истоки и сущность. Воздействиена чувства покупателей (сенсорика), на их эмоциональное состояние, с целью увеличения продаж. Прямое обращение реализуется через аромамаркетинговые приемы — аромаподпись, ароматизацию помещения, ароматизацию
6.	Нейроаркетинг и латеральный маркетинг	Комплекс методов изучения поведения покупателей, за основу которого взято эмоциональное влияние на потребителей. Латеральное мышление и его функции в маркетинге
7.	Бренд в модной индустрии	Понятие, развитие, стратегии, этапы

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий (очная форма обучения)

	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
<i>1 модуль</i>							
1.	Введение в курс индустрия моды	4	-	-	2	2	8
2.	Разнообразие стилей, классификация модной индустрии	2	-	-	2	3	7
3.	Мода как эффективный механизм расширения и сбыта товаров, форма рекламы, форма управления .	4	-	-	2	3	9
4.	Бренд-бук, гайдлайн	4	-	-	2	3	9
5.	Сенсорный маркетинг	4	-	-	4	5	13
6.	Нейроаркетинг и латеральный маркетинг	2	-	-	4	3	9
7.	Бренд в модной индустрии	4	4	-	4	5	17
	Всего:	28	-	-	20	25	82

6. Лабораторный практикум не предусмотрен.

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела (темы) дисциплины	Тематика практических занятий	Трудо-емкость (час.) ОФО
1.	1.	Мода как эффективный механизм расширения и сбыта товаров, форма рекламы, форма управления	3
2.	2.	Мода как искусство	3
3.	3.	Бренд бук	3
4.	4.	Русские дома моды	4
5.	5.	Нейромаркетинг	3
6.	6.	Аромабрендинг	3
7.	7.	Мода в кинематографе	3
8.	8.	Направления в искусстве, которые оказывают наибольшее воздействие на моду	3
	Итого		28

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитория с перечнем материально-технического обеспечения	Наличие экрана с возможностью демонстрации видео
-----------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

	и аудио, презентаций
MS Teams	

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
ЭБС ЮРАЙТ <https://urait.ru/bcode/441111>

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1.И.Н.Мерцалова Костюм разных времён и народов

2.Поль Пуаре Одевая эпоху

3.Эльза Скиапарелли Моя шокирующая жизнь

4.Энн Холландер «Взгляд сквозь одежду»

5.Элизабет Уилсон «Облаченные в мечты: мода и современность»

6.Сьюзан Дж. Винсент «Анатомия моды: манера одеваться от эпохи Возрождения до наших дней»

7.Валери Стил Парижская мода.Культурная история

8.А.Васильев Красота в изгнании

9.А.Васильев Европейская мода.Три века

10.Тим Ганн Библия моды

11.Теофиль Готье Мода как искусство

12.Элин Рибейро Мода и мораль

13. Адлер Б.Ф. Возникновение одежды / Б. Адлер. - СПб. : Худ. типолитография Вейерман А.В., 1901. - 84 с. : ил.

14. Акоюн К.З. Культура в глобализирующемся мире / К.З. Акоюн // Безопасность Евразии. 2002. -№ 4 (10). - С. 398-419.

15. Аллен Д.С. План Маршалла. План восстановления или военный план? / Д. Аллен ; пер. с англ. - М.: Иностр. лит., 1949. 96 с.

16. Алпатов М.В. Всеобщая история искусств : в 3 т. Т.1, 2 / М. Алпатов. -М.; Л.: Искусство, 1948. -.1. Т.1. 1948.-388 с.: ил.

17. Т.2. Искусство эпохи Возрождения и нового времени. 1949. - 410 с.ил.

18. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания / Б.Г. Ананьев. Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1968. - 339 с.

19. Андреева И.А. Мода и культура одежды / И.А. Андреева. М. : Знание, 1987. - 64 с. : ил. - (Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Молодежная»; 5/1987). - Библиогр.: С. 64.

20. Голыбина А.Г. Вкус и мода / А.Г. Голыбина. М. : Знание, 1974. - 159 с. : ил. - (Почти товарищ).

321. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история материальной культуры / Ф. Готтенрот. М.: ООО «Издательство АСТ», 2001. - 478 с.

22. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А.Б. Гофман. 2-е изд. - М. : Агентство «Издательский сервис», Изд-во «ГНОМ и Д», 2000. - 232 с.

23. Гофман А.Б. Мода и социальные группы / А.Б. Гофман // Тр. ВНИИ техн. эстетики. М., 1988. - Вып. 54. - С. 67-80.

24. Грановская Р.М. Элементы практической психологии / Р.М. Грановская. -3-е изд., с изм. и доп. СПб.: Свет, 1997. - 608 с.: ил.
25. Грейсон Дж.К. мл. Американский менеджмент на пороге XXI века / Дж. К. Грейсон мл., К. О'Делл ; пер с англ. ; предисл. Б.З. Мильнер. М. : Экономика, 1991.-319с.
26. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации : учеб. для вузов / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин ; ред. А.П. Садохин. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 352 с.
27. Гулыга А. Пол и культура / А. Гулыга, И. Андреева // Философские науки. 1973. - № 4. - С.70
28. Доронченков А.И. Эмиграция первой волны о национальных проблемах и судьбе России / А.И. Доронченков. СПб.: Дмитрий Буланин, 2001.-214 с.
29. Ермилова Д.Ю. История домов моды : учеб. пос. для высш. учеб. завед. / Д.Ю. Ермилова ; ред. Е.В. Слюсарь. М.: Академия, 2003. - 288 с.
30. Зелинг Ш. Мода. Век модельеров. 1900 1999. / Ш. Зелинг ; пер. с нем. Ю. Бушуев, Г. Яшин. - Б.м.: Konemann, 2000. - 655 с.: ил.
31. Зиммель Г. Избранное : в 2 т. Т. 2 : Созерцание жизни / Г. Зиммель ; пер. с нем. М.: Юрист, 1996. - 607 с.
32. Зиммель Г. Психология моды / Г. Зиммель // Научное обозрение. 1901. -№ 5. - С.23-27.
33. Зомбарт В. Народное хозяйство и мода / В. Зомбарт. СПб. : Б.и., 1904. -28 с.
34. Иконникова С.Н. Очерки по истории культурологии : учеб. пос. / С.Н. Иконникова. СПб.: ИГУП, 1998. - 408 с.
35. Каган М.С. Философская теория ценности / М.С. Каган. СПб.: СПбГУ, Акад. гуманитар, наук, Петрополис, 1997. - 204 с.
36. Картер Г. Эффективная реклама : путеводитель для мелких предприятий / Г. Картер; пер. с англ. В.Б. Боброва М.: Прогресс, 1991. - 279 с.
37. Кибалова Л. Иллюстрированная энциклопедия моды / Л. Кибалова, О. Гербенова, М. Ламарова. Прага : Артия, 1988. - 608 с.

б) дополнительная литература

1. Кузнецова Т.В. Феномен моды: эстетика и диалектика / Т.В. Кузнецова // Философские науки. 1991. - № 6. - С. 165-170
2. Культурная идентичность и глобализация : 5-й Междунар. филос. симп. «Диалог цивилизаций: Восток Запад», Москва, 27-28 апр., 4-5 мая 2001 г. : докл. и выступления. - М.: РУДН, 2002. - 286 с.
3. Кутырев В.А. Культурологический смысл глобализма / В.А. Кутырев // Вестн. рос. филос. о-ва. 2001. - № 4 (20). - С. 78-83.
4. Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения : паблик рилейшнз по-французски : концепции. Практика / Т.Ю. Лебедева. -М.: МГУ, 1996, 136 с.
5. Лебон Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. СПб.: Макет, 1995. - 311 с.: портр. - (Памятники здравой мысли).
6. Лелеко В.Д. Пространство повседневности в европейской культуре / В.Д. Лелеко. СПб.: СПбГУКИ, 2002. - 320 с.

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

При чтении курса используются междисциплинарные методики и подходы из истории, арт-брендинга, межкультурной коммуникации и др.

Учебный процесс по курсу осуществляется в виде лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы студентов с учебной литературой, монографиями и исследованиями по истории и теории моды, по индустрии моды. На семинары выносятся вопросы, предложенные преподавателем для обсуждения. Выступления студентов на семинаре могут иметь форму презентации выбранной темы или устного сообщения. Устное выступление должно представлять собой не цитирование

или пересказ источника, а попытку самостоятельной концептуализации выбранной темы. За время изучения курса проводятся две контрольные аттестации. Рубежная – контрольная письменная работа, итоговая – в виде устного зачета. При написании аттестационной работы не разрешается пользоваться записями лекций или конспектами работ, сделанных студентами во время подготовки к семинарским занятиям. За два одинаковых ответа оба студента получают 0 баллов. Во время устного ответа студент должен ответить на два вопроса, выбранного им билета. В случае ответа только на один вопрос студент теряет половину баллов. Студенты обязаны регулярно посещать все лекции и семинарские занятия.

Условия и критерии выставления оценок

От студента требуется посещение лекций и семинарских занятий, обязательное участие в контрольных аттестациях, подготовка презентаций и сообщений. Высоко ценится активная работа на семинаре.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю):

В соответствии с требованиями ОС ВО РУДН для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств (ФОС), представленные в приложении 1 к настоящей рабочей программе.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

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

должность, название кафедры

И.К.Черкасова

инициалы, фамилия

**Руководитель программы
Заведующий кафедрой
теории и истории
культуры**

должность, название кафедры

Е.В.Васильченко

инициалы, фамилия

**Заведующий кафедрой
Теории и истории культуры**

название кафедры

Е.В. Васильченко

инициалы, фамилия