

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор института



подпись

Ю.Л. Александров

«26» марта 2014 г.

Торгово-экономический институт
институт, реализующий ОП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И МАРКЕТИНГ МОДЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.3.1 Прогнозирование и маркетинг моды

индекс и наименование дисциплины(на русском и иностранной языке при реализации на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом

Направление подготовки/специальность 38.03.07 Товароведение

код и наименование направления подготовки/специальности

Направленность (профиль) 38.03.07.02 Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения непродовольственных товаров и сырья

код и наименование направленности (профиля)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по укрупненной группе

38.00.00 Экономика и управление

шифр и наименование укрупненной группы

Направления подготовки/специальность (профиль/специализация)

38.03.07 Товароведение 38.03.07.02 Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения непродовольственных товаров и сырья

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили

Е.А.Зайченко

инициалы, фамилия,



подпись

инициалы, фамилия,

подпись

Заведующий кафедрой (разработчик) И.В.Кротова



инициалы, фамилия,

подпись

«25» марта 2014 г.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающая)
Товароведения и экспертизы товаров

«26» марта 2014 г. протокол № 5

Заведующий кафедрой (выпускающей) И.В.Кротова

инициалы, фамилия,



подпись

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Дисциплина «Прогнозирование и маркетинг моды» ставит своей целью познакомить учащихся с основными особенностями функционирования современной индустрии моды, дать студентам знания и навыки прогнозирования модных форм и элементов костюма как основы для рационального формирования торгового ассортимента одежды и обуви.

1.2 Задачи изучения дисциплины

- определение понятий моды и ее роли в современном проектировании и производстве модных товаров;
- сегментация индустрии моды и классификация модной одежды; принципы и закономерности формообразования модного костюма, композиционные приемы художественного проектирования;
- планирование ассортиментной политики предприятий по производству и реализации модных товаров;
- возможность прогнозирования моды в Fashion-бизнесе;
- роль маркетинга в организации торговли модной одеждой.

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

ПК-1: умение анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства	
Уровень 1	Знать: основы делового этикета в костюме; принципы товарного менеджмента и маркетинга; ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество; факторы, определяющие спрос населения и методы стимулирования сбыта товаров.
Уровень 1	Уметь: применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации товаров; определять показатели ассортимента и качества товаров; изучать и анализировать спрос и разрабатывать предложения по оптимизации торгового ассортимента.
Уровень 1	Владеть: основами продвижения товаров; методами классификации и кодирования товаров, методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров и способами сохранения качества товаров; методами сбора и обработки информации по вопросам спроса и товарных предложений.

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная дисциплина базируется на знаниях курсов: Культурология, Материальная культура Сибири, История.

Данная дисциплина необходима для освоения дисциплин: Основы эстетики потребительских товаров.

1.5 Особенности реализации дисциплины:

Язык реализации дисциплины Русский

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр	
		4	6
Общая трудоемкость дисциплины	3 (108)	1 (36)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	0,28 (10)	0,06 (2)	0,22 (8)
занятия лекционного типа	0,11 (4)	0,06 (2)	0,06 (2)
занятия семинарского типа			
в том числе: семинары			
практические занятия			
практикумы			
лабораторные работы	0,17 (6)		0,17 (6)
другие виды контактной работы			
в том числе: групповые консультации			
индивидуальные консультации			
иная внеаудиторная контактная работа:			
групповые занятия			
индивидуальные занятия			
Самостоятельная работа обучающихся:	2,61 (94)	0,94 (34)	1,67 (60)
изучение теоретического курса (ТО)			

расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)			
реферат, эссе (Р)			
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)	0,11 (4)		0,11 (4)

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Мода как социальное явление. Основные теоретические интерпретации fashion-процесса	2	0	0	34	ПК-1
2	Феномен моды. Анализ исторических, экономических и социально-психологических аспектов моды	0	0	0	20	ПК-1
3	Развитие исторических форм моды	0	0	0	20	ПК-1
4	Современная индустрия моды и ее структура	1	0	2	10	ПК-1
5	Роль маркетинга в организации розничной торговли модной одеждой	1	0	2	5	ПК-1

6	Творческая работа	0	0	2	5	ПК-1
Всего		4	0	6	94	

3.2 Занятия лекционного типа

№	№ раздела	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
п/п	дисциплины				
1	1	Мода как социальное явление. Основные теоретические интерпретации fashion-процесса	2	2	0
2	2	Феномен моды. Анализ исторических, экономических и социально-психологических аспектов моды	0	0	0
3	3	Развитие исторических форм моды	0	0	0
4	4	Современная индустрия моды и ее структура	1	1	0
5	5	Роль маркетинга в организации розничной торговли модной одеждой	1	1	0
Всего			4	4	0

3.3 Занятия семинарского типа

№	№ раздела	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
п/п	дисциплины				
Всего					

3.4 Лабораторные занятия

№	№ раздела	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
п/п	дисциплины				

1	2	Феномен моды. Анализ исторических, экономических и социально-психологических аспектов моды	0	0	0
2	3	Развитие исторических форм моды	0	0	0
3	4	Современная индустрия моды и ее структура	2	0	0
4	5	Роль маркетинга в организации розничной торговли модной одеждой	2	2	0
5	6	Анализ ассортимента одежды, обуви, головных уборов, украшений и прочих аксессуаров, представленного на потребительском рынке	2	2	0
Всего			6	4	0

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

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Меньшикова В. К., Демина Л. Н.	Основы эстетики потребительских товаров: учебно-методический комплекс [для студентов напр. 100800.62 "Товароведение", профиля 100800.62.02 «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения непродовольственных товаров и сырья»]	Красноярск: СФУ, 2014

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1 Перечень видов оценочных средств

Виды оценочных средств прилагаются в Фонде оценочных средств (Приложение А к рабочей программе).

5.2 Контрольные вопросы и задания

Перечень вопросов для зачета по дисциплине «Прогнозирование и маркетинг моды»

1. Современные подходы к определению термина «мода».
2. Основные теоретические интерпретации фэшн-процесса.
3. Современные модели fashion-процесса.
4. Периодизация глобальной индустрии моды.
5. Краткий анализ исторических аспектов моды.
6. Экономические аспекты моды: мода и индустриальное производство одежды, тенденции развития фирм Pret-a-porter и Haute Couture на современном этапе.
7. Мода как регулятор потребления.
8. Инвестиции и фэшн-индустрия.
9. Французская федерация моды и ее структура.
10. Олигополизация рынка дизайнерских брендов в фэшн- бизнесе. Марочный портфель групп LVMH, Gucci Group, PPR, Prada.
11. Социальные функции моды.
12. Психологические аспекты моды. Амбивалентность, унисекс, антимода.
13. Механизм существования моды.
14. Определение «Fashion Industry» (фэшн-индустрия, индустрия моды).
15. Основные сегменты индустрии моды.
16. Классификация fashion product (модный продукт). Характеристики фэшн-объекта.
17. Классификация модной одежды.
18. Определение дизайнерского бренда в индустрии моды, структура мирового фэшн-рынка.
19. Классификация дизайнерских брендов.
20. Модель дизайнерского бренда в современном фэшн-бизнесе.
21. Мировая мода и ее направления – французская, итальянская, японская, бельгийская, американская, немецкая.
22. Ведущие школы моделирования и дизайна модной одежды.
23. Современные тенденции развития фэшн-бизнеса.
24. История становления моды в России.
25. Современные российские дизайнеры, анализ их творчества.
26. Дизайнерские бренды отечественной модной одежды.
27. Мировой рынок одежды – состояние и тенденции развития.
28. Рынок fast-fashion, перспективы развития.
29. Конъюнктура отечественного рынка модной одежды.
30. Российский фэшн-ритейл и глобальные дизайнерские бренды
31. Основные типы организации розничной торговли в области моды, их характеристика.

32. Определение бутика, виды бутиков, реализуемые линии, система предоставляемых услуг и скидок, схема заказа товаров.
33. Организация распродаж модной одежды.
34. Перспективы электронной торговли в фэшн-бизнесе.
35. Роль франчайзинга в торговле модной одеждой и обувью.
36. Современные подходы к систематизации потребителей.
37. Сегментация российского среднего класса.
38. Сегментация потребителей роскоши.
39. Роль байера в организации розничной торговли модными товарами.
40. Организация закупок (поставок) в индустрии моды.
41. Формирование заказа на товарные группы.
42. Портфельный подход к управлению дизайнерским фэшн-брендами.
43. Особенности мерчендайзинга в индустрии моды.
44. Принципы мерчендайзинга в магазинах модных брендов массового направления – MaxMara, Benetton, Mexx, Mango, Promod, Панинтер.
45. Комплекс маркетинга в индустрии моды.
46. Специфика маркетинговых коммуникаций в индустрии моды.
47. Маркетинговые исследования, выполняемые розничными компаниями на рынке модной одежды.
48. Розничный маркетинг.
49. Понятие «стиля», его проявление, связь и отличие стиля и моды.
50. Индивидуальность и мода. Мода, стиль и имидж.
51. Типология стилей жизни.
52. Понятие «костюм», его роль (место) в системе моды и культуры.
53. Характеристика современных стилей в модной одежде.
54. Инструменты прогнозирования моды.
55. Долгосрочное и краткосрочное прогнозирование модных тенденций.
56. Жизненный цикл товара в индустрии моды. Варианты жизненных циклов долговременных и сезонных тенденций.
57. Особенности промышленного прогнозирования моды.
58. Структура потребностей целевой аудитории; широта ассортимента, товарные категории позиционирования.
59. История моды. Краткий обзор основных этапов. Краткая характеристика основных стилей и форм развития моды.
60. Роль и функции изделий в костюме.
61. Закономерности построения костюма: композиция, пропорции в одежде, форма.
62. Закономерности построения костюма: зрительные иллюзии в костюме, декор и рисунок, внутренние линии в костюме.
63. Взаимодействие знаковости движения фигуры человека и формы костюма.

64. Пластика формы костюма.
65. Виды ритмической организации деталей и элементов костюма.
66. Эмоциональное воздействие цвета. Цвет и сезонность одежды. Цвет и возрастные различия. Цвет и образ.
67. Цвет и тип внешности, тип колорита, гармония цветовых сочетаний.
68. Роль фактуры и материала в организации костюма.
69. Форма костюма, основные типы.
70. Формообразование в костюме.
71. Мобильные и стабильные элементы моды, их роль в формообразовании костюма.
72. Кодовые структуры периода моды и ее ритмы чередования, в пределах которых идет развитие костюма.
73. Взаимодействие элементов костюма в период формирования модной формы.
74. Матрица моды, ее элементы и роль в системе прогнозирования моды.
75. Роль и значение эволюции элементов костюма в формировании характера потребления различных видов и разновидностей одежно-обувных товаров.
76. Современные тенденции моды в оформлении костюма

5.3 Темы письменных работ

В соответствии с учебным планом для студентов заочного отделения предусмотрена письменная контрольная работы по основным темам изучаемой дисциплины, которая выполняется в межсессионный период. Варианты контрольной работы представлены в Фонде оценочных средств (Приложение А к рабочей программе).

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Килошенко М. И.	Психология моды	Москва: Питер, 2014
Л1.2	Зайченко Е. А.	Прогнозирование и маркетинг моды: учеб. пособие для студентов товаровед. и экон. специальностей всех форм обучения	Красноярск: КГТЭИ, 2006
Л1.3	Тюменев Ю. Я.	Материалы для процессов сервиса в индустрии моды и красоты	Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2014

Л1.4	Иващенко Н. С.	Товарная политика текстильного предприятия: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Умняков П. Н., Соколов Н. В., Лебедев С. А.	Технология швейных изделий. История моды мужских костюмов и особенности процессов индустриального производства: учебное пособие для студентов вузов по направлению подготовки дипломированных специалистов 656100	Москва: ФОРУМ, 2014
Л2.2	Говорек Х., Бурматиков А. В.	Закупки в сфере моды: рук. для байеров и директоров магазинов	Минск: Гревцов Паблишер, 2009
Л2.3	Махлина С.	Художественные стили в жилом интерьере	Санкт-Петербург: Алетейя, 2012
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Меньшикова В. К., Демина Л. Н.	Основы эстетики потребительских товаров: учебно-методический комплекс [для студентов напр. 100800.62 "Товароведение", профиля 100800.62.02 «Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения непродовольственных товаров и сырья»]	Красноярск: СФУ, 2014

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

Э1	Иллюстрированная энциклопедия моды	http://fashion.artyx.ru/books/item/f00/s00/z0000000/st001.shtml
Э2	Неделя Высокой Моды в Москве	http://www.fashionweek.ru/ , http://www.RFW.ru/
Э3	Дизайнеры и Дома Моды	http://www.chanel.com/ , http://www.johngalliano.com/
Э4	Ежемесячные Интернет-журналы	http://www.bazaar.ru/

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Творческая работа служит средством изучения методики комплексного исследования в индустрии моды, овладения методикой анализа творчества ведущих дизайнеров и современных тенденций в стилевом оформлении модных продуктов, приобретения опыта

написания отчета по результатам исследования вторичных источников информации и формой итогового контроля в учебном процессе.

Творческая работа выполняется на основании изучения материалов профильных изданий индустрии моды, а также с использованием ресурсов Интернет. Текст работы пишется самостоятельно в соответствии с логикой изложения результатов исследования и с оформлением ссылок на информационные источники. Необходимо избегать повторений и противоречий между разделами работы. Необходимо включить в текст графический материал и иллюстрации, позволяющие наиболее полно раскрыть содержание темы. Список литературы следует оформить в соответствии с требованиями библиографии. Объем работы должен составлять не менее 15 страниц. Работа публично защищается с предоставлением презентации.

1. Современные тенденции моды в обуви.
2. Современные тенденции моды в одежде.
3. Современные тенденции моды в аксессуарах.
4. Современные тенденции моды в тканях.
5. Терминологический словарь современной моды.
6. Тенденции моды в прическах, макияже. Их связь с современным представлением эстетического идеала красоты.
6. Современный дизайн мебели.
7. Современное оформление посуды.
8. Современный дизайн ювелирных украшений и часов.
9. Роль цвета в формировании модного костюма.
10. Роль материала и фактуры в формировании модного костюма.
11. История возникновения Высокой Моды.
12. Роль Pret-a-porter в становлении современной индустрии моды.
13. Анализ творчества зарубежных модельеров и Домов мод «Haute Couture».
14. Анализ творчества зарубежных модельеров и Домов мод «Pret-a-porter».
15. Анализ творчества современных российских дизайнеров.
16. Мерчендайзинг в магазинах модной одежды.
17. Реклама в индустрии моды.
18. Современный образ модного мужчины.
19. Характеристика модных марок одежды, представленных на рынке г. Красноярска, особенности ассортимента.
20. Формирование торговых сетей на потребительском рынке модной одежды г. Красноярска
21. Рекламные образы и ценности модных брендов.
22. Современный образ денди в мужской моде.
23. Современный женский образ в коллекциях известных

Кутюрье и Модных Домов Европы.

24. Роль спортивного стиля и «casual» в модном гардеробе.

25. Мегатренд «brave» и характеристика модных стилей, характеризующих его в одежде.

26. Экология и мода.

27. Авангард и мода.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level Лиц сертификат 45676576, от 02.07.2009, бессрочный;
9.1.2	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level - Лиц сертификат сертификат 4316214, от 06.12.2007, бессрочный;
9.1.3	ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users - Лиц сертификат EAV-0189835462, от 10.04.2017;
9.1.4	Kaspersky Endpoint Security – Лиц сертификат 2462170522081649547546 от 22.05.2017

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Электронные каталоги библиотек г. Красноярск
9.2.2	Электронный каталог Научной библиотеки Сибирского федерального университета
9.2.3	Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края
9.2.4	Российские электронные научные журналы и базы данных online
9.2.5	Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): http://elibrary.ru [до 2023]
9.2.6	Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ):
9.2.7	Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: http://dvs.rsl.ru (доступ к полному тексту), http://diss.rsl.ru (доступ к каталогу)
9.2.8	Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М": http://www.znaniium.com
9.2.9	Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт»:
9.2.10	Электронно-библиотечная система «Лань»: http://e.lanbook .

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

10.1	Материально-техническая база, соответствует действующим противопожарным правилам и нормам, и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренной учебным планом.
10.2	В процессе преподавания дисциплины используются:
10.3	библиотечный фонд ТЭИ СФУ;
10.4	мультимедийное оборудование для чтения лекций-презентаций.