

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

380000 Экономика и управление

код и наименование укрупненной группы

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

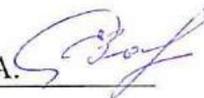
38.03.07.04 "Товарный менеджмент"/38.03.07 "Товароведение"

код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составили

канд.экон.наук, доцент Зайченко Е.А.

инициалы, фамилия, подпись



1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины является: 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

В *задачи дисциплины* входит дать возможность студентам разобраться в следующих вопросах:

- 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 высшего образования.

Процесс изучения дисциплины «Прогнозирование и маркетинг моды» направлен на формирование следующих *компетенций*:

ДПК-1	умение анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства
ПК-5	способность применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств
ПК-7	умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента
ПК-8	знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество

В результате освоения дисциплины студент бакалавриата должен:

ДПК-1	<p>Знать: критерии выбора коммерческих предложений и оценки поставщиков потребительских товаров с учетом тенденций спроса, моды, новых технологий производства.</p> <p>Уметь: анализировать конъюнктуру рынка и показатели ассортимента модных товаров.</p> <p>Владеть: навыками анализа коммерческих предложений.</p>
ПК-5	<p>Знать: структуру индустрии моды; жизненный цикл модных товаров.</p> <p>Уметь: применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при реализации модных товаров.</p> <p>Владеть: основами продвижения товаров.</p>
ПК-7	<p>Знать: особенности рекламы и политики мерчендайзинга модных товаров.</p> <p>Уметь: изучать и анализировать спрос и разрабатывать предложения по оптимизации торгового ассортимента.</p> <p>Владеть: методами управления ассортиментом товаров в торговом предприятии.</p>
ПК-8	<p>Знать: основные направления развития мировой и российской моды; модные стили в одежде;</p> <p>Уметь: анализировать конъюнктуру рынка и показатели ассортимента модных товаров.</p> <p>Владеть: навыками формирования рациональной структуры ассортимента модных товаров.</p>

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы высшего образования.

Дисциплина по выбору вариативной части блока Б1 – Б1.В.ДВ.14.1.

Содержание дисциплины опирается на знания, умения и навыки обучающихся, которые они получили в ходе освоения дисциплин «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Товароведение однородных групп непродовольственных товаров», «Маркетинг». Дисциплина является предшествующей для изучения курсов «Товарный менеджмент одежно-обувных товаров», «Товарный менеджмент».

Освоение данной дисциплины необходимо для прохождения производственной и преддипломной практики, и выполнения выпускной квалификационной работы.

1.5 Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке, без применения ЭО и ДОТ.

2 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр	
		5	
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	
Контактная работа с преподавателем:	54	54	
занятия лекционного типа	18	18	
занятия семинарского типа	36	36	
в том числе: семинары практические занятия практикумы лабораторные работы	36	36	
другие виды контактной работы			
в том числе: курсовое проектирование групповые консультации индивидуальные консультации иные виды внеаудиторной контактной работы			
Самостоятельная работа обучающихся:	54	54	
изучение теоретического курса (ТО)	30	30	
Исследовательские задания, задачи (РГЗ)			
презентации, реферат, эссе (Р)	24	24	
курсовая работа (КР)			
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	зачет	зачет	

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	Мода как социальное явление	4	–	–	4	ДПК-1 ПК-5 ПК-7 ПК-8
2	Закономерности формообразования модного костюма	2	–	12	10	
3	Индустрия моды и ее структура	4	–	12	10	
4	Организация розничной торговли модными товарами	6	–	6	10	
5	Роль маркетинга в организации розничной торговли модной одеждой	2	–	2	4	
6	Творческая работа	–	–	4	16	
	Итого:	18		36	54	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	1	Мода как социальное явление. Основные теоретические интерпретации fashion-процесса	2	2
2	1	Анализ исторических, экономических и социально-психологических аспектов моды	2	2
3	3	Современная индустрия моды и ее структура	2	2
4	3	Рынок модных товаров: состояние и тенденции развития	2	
5	4	Организация розничной торговли в области моды	2	2
6	4	Сегментация рынка	2	
7	4	Организация закупок. Портфельный подход к управлению ассортиментом	2	2
8	4	Комплекс маркетинга в индустрии моды	2	
9	2	О возможности планирования и прогнозирования моды в fashion-бизнесе	2	2

3.3 Практические занятия, занятия семинарского типа (*названия тем – одинаковое, содержание – авторское*).

Учебным планом не предусмотрены.

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий ¹	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	2	Развитие исторических форм моды	4	
2	2	Принципы связи элементов костюма	2	
3	2	Взаимодействие знаковости движения фигуры человека и формы костюма	2	
4	2	Форма и формообразование в костюме	1	
5	2	Роль материала, фактуры, цвета, рисунка в художественном проектировании	1	
6	2	Стиль и его связь с модой. Костюм в системе моды и культуры	2	1
7	3	Мировая и российская мода, ее направления	12	4
8	4	Организация розничной торговли в области моды	2	
9	4	Ассортиментная политика предприятий по производству и реализации модных товаров	4	
10	5	Роль маркетинга в организации розничной торговли модной одеждой	2	
11	Творческая работа	Современные тенденции моды в оформлении (создании) костюма	2	1
12		Анализ ассортимента одежды, обуви, головных уборов, украшений и прочих аксессуаров, представленного на потребительском рынке г. Красноярска, с точки зрения соответствия современным требованиям моды	2	

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

1. Зайченко, Е. А. Прогнозирование и маркетинг моды: учеб. пособие для студентов товаровед. и экон. специальностей всех форм обучения / Е. А. Зайченко; Федер. агентство по образованию, Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск: КГТЭИ, 2006. – 180 с.

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Фонд оценочных средств – презентация, контрольные вопросы к зачету.

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет)

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. Современные тенденции развития фэшн-бизнеса.
23. История становления моды в России.
24. Современные российские дизайнеры, анализ их творчества.
25. Дизайнерские бренды отечественной модной одежды.
26. Мировой рынок одежды – состояние и тенденции развития.
27. Рынок fast-fashion, перспективы развития.
28. Конъюнктура отечественного рынка модной одежды.
29. Российский фэшн-ритейл и глобальные дизайнерские бренды

30. Основные типы организации розничной торговли в области моды, их характеристика.
31. Определение бутика, виды бутиков, реализуемые линии, система предоставляемых услуг и скидок, схема заказа товаров.
32. Организация распродаж модной одежды.
33. Перспективы электронной торговли в фэшн-бизнесе.
34. Роль франчайзинга в торговле модной одеждой и обувью.
35. Современные подходы к систематизации потребителей.
36. Сегментация потребителей роскоши.
37. Роль байера в организации розничной торговли модными товарами.
38. Организация закупок (поставок) в индустрии моды.
39. Портфельный подход к управлению дизайнерским фэшн-брендами.
40. Особенности мерчендайзинга в индустрии моды.
41. Комплекс маркетинга в индустрии моды.
42. Специфика маркетинговых коммуникаций в индустрии моды.
43. Понятие «стиля», его проявление, связь и отличие стиля и моды.
44. Индивидуальность и мода. Мода, стиль и имидж.
45. Понятие «костюм», его роль (место) в системе моды и культуры.
46. Характеристика современных стилей в модной одежде.
47. Инструменты прогнозирования моды.
48. Долгосрочное и краткосрочное прогнозирование модных тенденций.
49. Жизненный цикл товара в индустрии моды. Варианты жизненных циклов долговременных и сезонных тенденций.
50. Особенности промышленного прогнозирования моды.
51. Структура потребностей целевой аудитории; широта ассортимента, товарные категории позиционирования.
52. Современные тенденции моды в оформлении костюма.

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

Основная литература:

1. Иващенко Н.С. Товарная политика текстильного предприятия [Текст]: учебник / Н.С.Иващенко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, МГУДТ, 2015. – 287 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=475217#>
2. Тюменев Ю.Я. Материалы для процессов сервиса в индустрии моды и красоты [Электронный ресурс] : учеб. пособие для бакалавров / Ю.Я. Тюменев, В.И. Стельмашенко, С.А. Вилкова. – М.: Дашков и К, 2014. – 400 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=450781>
3. Прогнозирование и маркетинг моды [Текст] : учеб. пособие для студентов товаровед. и экон. специальностей всех форм обучения /

Е.А. Зайченко ; Федер. агентство по образованию, Краснояр. гос. торгово-эконом. ин-т. – Красноярск : КГТЭИ, 2006. – 180 с.

Дополнительная литература:

1. Махлина С. Художественные стили в жилом интерьере [Текст] / С. Махлина. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2012. –168 с. – Режим доступа: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=333870>
2. Умняков П.Н. Технология швейных изделий: История моды мужских костюмов и особен. процес.. [Текст] : учеб. пос. / П.Н. Умняков, Н.В. Соколов и др.; Под общ. ред. П.Н. Умнякова – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 264 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=432266#>
3. Килошенко М.И. Психология моды [Текст] / М.И. Килошенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород : Питер, 2014. – 319 с.
4. Хелен Говорек. Закупки в сфере моды [Текст]. – Минск: Гревцов Паблишер, 2009. – 256 с.
5. Кирсанова Е.А. Материаловедение (дизайн костюма) [Текст] : учебник для вузов по направлению 070600 "Дизайн" / Е. А. Кирсанова [и др.]. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 393

Специализированные (отраслевые) издания:

Индустрия моды, International Textiles, L'OFFICIEL, VOGOU, STEP, Ателье, ELLE, Vazaar, Текстильная промышленность, Швейная промышленность, Кожевенно-обувная промышленность, Мягкое золото, Меха мира

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

Иллюстрированная энциклопедия моды [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fashion.artyx.ru/books/item/f00/s00/z0000000/st001.shtml>

Информационный портал о моде [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.modnaya.ru/>

Информационный портал о моде [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cdf.narod.ru/>

Неделя Высокой Моды в Москве [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fashionweek.ru/>, <http://www.RFW.ru/>

Интернет- порталы, ежедневные интернет-журналы о моде Информационный портал о моде [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.FashionTime.ru/>, <http://www.Intermoda.ru/>, <http://www.Style.rbc.ru/>, <http://www.Adensya.ru/>, <http://www.Street-Style.ru/>, <http://www.ModaNews.ru/>, <http://www.Fashion-Laboratory.ru/>, <http://www.EMod.ru/>, <http://www.fashionlook.ru/>, <http://www.fashionware.ru/>,

<http://www.fashiondetails.ru/>, <http://www.fashionplace.ru/>, <http://fashion.rin.ru/>

Информационный портал о моде [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.FashionNoLimit.com/>

Информационный портал о моде [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.TextileMarket.ru/>

Информационный портал о моде [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.HotMode.com.ua/>

Дизайнеры и Дома Моды [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.chanel.com/>, <http://www.johngalliano.com/>, <http://www.givenchy.com/default.php>,
<http://www.dior.com/>, <http://fashion.dior.com/>), <http://www.christian-lacroix.fr/english/>,
<http://www.soniarykiel.fr/> <http://www.yudashkin.com/> и др.

Ежемесячные интернет-журналы о моде [Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.bazaar.ru/>, <http://www.elle.ru/>

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа студентов направлена на изучение рекомендуемой учебно-методической, справочной литературы и информационных ресурсов с целью углубления теоретических знаний в области функционирования современной индустрии моды.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины «Прогнозирование и маркетинг моды» также включает подготовку и защиту доклада-презентации. Для выполнения данных заданий студенты используют интернет- и периодические источники, рекомендуемые списком литературы. Работы публично защищаются.

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.

Виды самостоятельной работы	Форма контроля	Сроки выполнения	Объем работы, акад. часы
Изучение теоретического материала	Блиц-опрос	в течение семестра	30
Подготовка к лабораторным (практическим) занятиям	Конспект, выполнение творческих заданий, подготовка к защите работы		
Подготовка доклада-презентации	Защита	в течение семестра	24

Примерная тематика докладов-презентаций

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. Мерчандайзинг в магазинах модной одежды.
 17. Реклама в индустрии моды.
 18. Современный образ модного мужчины.
 19. Характеристика модных марок одежды, представленных на рынке г. Красноярск, особенности ассортимента.
 20. Формирование торговых сетей на потребительском рынке модной одежды г. Красноярск
 21. Рекламные образы и ценности модных брендов.
 - 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

Для выполнения лабораторных (практических) заданий слушателям может потребоваться следующее программное обеспечение (платные, условно-бесплатные или демо-версии): Microsoft Word, Excel, PowerPoint, Internet Explorer и др.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

- Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>;
- Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://elibrary.ru>;
- Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.znaniium.com>;
- Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rucont.ru>;
- Электронно-библиотечная система «Лань» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://e.lanbook>;
- Справочная правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>;
- Справочная правовая система Гарант. Ру [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>.

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

- мультимедийное оборудование для проведения лекций и презентаций работ;
- пакет лекций-презентаций по основным темам курса;
- библиотечный фонд ТЭИ СФУ;
- учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.