

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
START-UP В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА**

Направление подготовки *54.03.01. ДИЗАЙН*

Профиль подготовки *ДИЗАЙН СЦЕНИЧЕСКОГО КОСТЮМА*

Квалификация выпускника *бакалавр*

Форма обучения *очная*

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Цель дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний по общей теории и практике управления брендами в дизайне костюма с учетом исторических тенденций и современного развития.

1.2. Задачи дисциплины:

- изучение общих понятий и терминов брендинга – бренд, товарный знак, торговая марка;
- изучение истории возникновения брендов и брендинга;
- изучение основных современных учений и теорий брендинга, применяемых в России и в мире;
- обучение навыкам исследования потребителей, процессам сегментации и выбора целевых сегментов;
- ознакомление с основными методами разработки атрибутов и ценностей бренда, с понятием позиционирования и дифференциации,
- изучение теорий потребительской лояльности, механизмов возникновения лояльности и управления лояльностью потребителя;
- ознакомление с понятием жизненного цикла бренда, типами жизненного цикла бренда;
- ознакомление с системой оценки стадии жизненного цикла бренда, стратегиями омоложения брендов, с понятием ребрендинга;
- изучение опыта брендинга и перспективы его использования в России.

1.3 Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-6

Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов

ПК-3

Способен осуществлять самостоятельные научные исследования и изыскания в области прикладных и инновационных технологий искусства и дизайна; осваивает достижения научно-технического прогресса в области моды, ювелирного искусства, швейного производства, в смежных областях; применяет результаты собственных

ПК-4

Способен осуществлять разработки конструкции изделия, макетов, моделей, образцов, прототипов для авторского и промышленного, производства костюма. Способен передать проектные разработки для внедрения на производство.

ПК-5

Способен создавать базовые виды расчётной документации для обеспечения профессиональной деятельности, применять на практике нормативные документы, регламентирующие работу в области дизайна костюма и креативной индустрии, как персонально, так и в составе творческой организации.

В результате освоения студент должен:

Знать:

- Понимает общую структуру концепции реализуемого проекта;
- Называет ее составляющие и принципы их формирования;

- Принципы планирования профессиональной деятельности применительно к поставленным задачам;
- Механизмы использования самоконтроля в работе над реализацией проекта;

Уметь:

- Определяет круг задач в рамках поставленной цели;
- Формулирует взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели;
- Выбирать и оптимизировать ресурсы для решения задач;
- Точно следовать плану, выполняя необходимые действия;
- Осуществлять самоконтроль в работе над реализацией проекта;

Владеть:

- Концептуальным видением применительно к проекту.
- Прогнозирует ожидаемые результаты решения проектных задач;
- Разрабатывает план действий по решению поставленных задач.
- Корректирует проектные решения и план действий сообразно новым факторам и изменению ситуации

В числе профессиональных компетенций по индикаторам степени их освоения обучающийся должен:

ПК-3.1. Способен проводить теоретические, прикладные и научно-практические исследования в профессиональной области; оформлять результаты исследований и использовать практической и творческой работе.

ПК-3.2. Осуществляет мониторинг перспективных научных исследований в области специализации. Следит за развитием технологий в области моды, текстиля, смежных видов дизайна и искусства; актуализирует собственные знания и навыки в практической деятельности

ПК-3.3. Экспериментирует с новыми продуктами и инновационными технологиями дизайна костюма, обновляет свою технологическую базу

ПК-4.3. Оформляет проектные и конструктивные решения установленным образом, с соблюдением отраслевых стандартов, норм и правил

ПК-4.4. Обладает навыками профессиональной коммуникации с Заказчиком, коллегами по авторскому коллективу и со специалистами производственного цикла

ПК-5.1. Обладает базовыми навыками создания ресурсных и сметных расчётов, перечня работ, планов-графиков проектирования и производственного цикла

ПК-5.3. Обладает актуальными знаниями ценообразования проектных и производственных работ в дизайне костюма

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАДАНИЙ

2.1 Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к дискуссии, презентации, подготовка доклада, конспектирование изучаемой литературы, материалов по изучаемой теме, выполнение практических заданий по дисциплине.

Самостоятельная работа обучающегося является продолжением аудиторной работы и содержит как творческие проектные поиски, так и исполнительские работы по выполнению утвержденных заданий начисто.

Результаты самостоятельной работы студента представляются преподавателю на семинарских занятиях для консультаций, разбора ошибок, обсуждения проектных решений и выработки планов дальнейшей индивидуальной работы. Самостоятельная работа обучающихся – это планируемая

учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

К самостоятельной работе по дисциплине относятся:

- проработка теоретического материала дисциплины
- подготовка к семинарским и практическим занятиям, в т.ч. подготовка к текущему контролю успеваемости обучающихся (текущая аттестация);
- подготовка к практическим работам;
- подготовка к промежуточной аттестации (зачётам, экзаменам).

Виды, формы и объёмы самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины (модуля) определяются:

- содержанием компетенций, формируемых дисциплиной
- спецификой дисциплины, применяемыми образовательными технологиями;
- трудоемкостью СР, предусмотренной учебным планом;

Самостоятельная работа студентов в условиях формирования профессиональных компетенций по дисциплине «Start-up в дизайне костюма» включает в себя подготовку с докладу-презентации

Подготовка к семинарскому занятию заключается в:

- Изучение литературы и других источников по теме семинарского занятия;
- Конспектирование изучаемого материала и составление плана;
- Поиск и подборка необходимого иллюстративного материала;
- Обработка графического материала в компьютерных графических программах;
- Разработка плана презентации по теме семинарского занятия.

Планы лекционных и семинарских занятий по дисциплине

	Содержание плана
Раздел 1 Рождение и развитие бренда в сфере дизайна костюма	
Тема 1.1 Понятие бренда в дизайне костюма.	Лекция с визуальной презентацией: <ul style="list-style-type: none"> - понятие бренда и торговой марки (сходство и отличия) - понятие личного бренда, его создание и позиционирование - история создания первых брендов в дизайне костюма - этапы создания и разработки бренда - технологии развития - вопросы по лекционному материалу
Тема 1.2 Бренд технологии в творчестве модельера Чарльза Ворты	Семинарское занятие, презентация докладов: <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Бренд Чарльза Фредерика Ворты в дизайне костюма» - доклад-презентация «Знаковые бренды ар-нуво в дизайне» - доклад-презентация «Технологии создания брендов в эпоху модерна»
Тема 1.3 Бренд технологии в творчестве Поля Пуаре	Семинарское занятие, презентация докладов: <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Бренд Поля Пуаре в дизайне костюма» - доклад-презентация «Знаковые бренды арт-деко в дизайне»
Раздел 2. Понятие бренд-дизайна	
Тема 2.1 Рождение и развитие бренда.	Лекция с визуальной презентацией: <ul style="list-style-type: none"> - роль дизайн технологий в становлении и развитии брендов

	Содержание плана
Тема 2.2 Опыт мирового брендинга.	<ul style="list-style-type: none"> - креативные технологии в брендинге, понятие бренд-дизайн - сфера ответственности бренд-дизайна - структура ценностей бренд-дизайна - вопросы по лекционному материалу <p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Маркетинг и бренд в сфере дизайна костюма» - доклад-презентация «Знаковые мировые бренды в дизайне костюма»
Тема 2.3 Роль дизайна в бренд-коммуникациях	<p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Визуальные бренд-коммуникации» - доклад-презентация «Анализ модного рынка в дизайне костюма»
Тема 2.4 Структура фэшн-рынка	<p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Бридж-бренды в дизайне костюма» - доклад-презентация «Диффузные бренды в дизайне костюма» - доклад-презентация «Современные креативные коллаборации в дизайне костюма»
Раздел 3. Разработка стратегии визуальных бренд – коммуникаций	
Тема 3.1 Построение бренд-коммуникаций.	<p>Лекция с визуальной презентацией :</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды бренд-коммуникаций - технология построения бренд-коммуникации - технология функционирования бренд-коммуникации - функции дизайна в бренд-коммуникациях
Тема 3.2 Ребрендинг	<p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Технологии ребрендинга» - доклад-презентация «Ребрендинг как этап развития бренд-коммуникации» - доклад «Ребрендинг известных мировых брендов в дизайне костюма»
Тема 3.3 Креатив в создании бренда	<p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Креативные технологии в ребрендинге» - доклады-презентации на тему: «Трансформация логотипа в ребрендинге» (на примере известных фирм по выбору студента)
Раздел 4. Реклама в продвижении и популяризации бренда	
Тема 4.1 Виды рекламы	<p>Лекция с визуальной презентацией:</p> <ul style="list-style-type: none"> - влияние рекламы в развитие бренда - понятие потребительская реклама - понятие корпоративная реклама - инновационные технологии в рекламе модных брендов - вопросы по теме лекционного занятия
Тема 4.2 Рекламные технологии в дизайне костюма	<p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p>

	Содержание плана
Тема 4.3 Массовая культура и реклама	<p>- доклады презентации на тему: «Виды рекламных технологий в дизайне костюма» (на примере известных брендов по выбору студентов)</p> <p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Отражение массовой культуры в модных брендах (на примере рекламы)» - доклад-презентация «Отражение глобализма в современных модных брендах (на примере рекламы)» - доклад презентация «Отражение антиглобализма в современных модных брендах (на примере рекламы)»
Раздел 5. Технология создания бренда в России.	
Тема 5.1 Особенности формирования и развития брендов России	<p>Лекция с визуальной презентацией:</p> <ul style="list-style-type: none"> - влияние западных тенденций на русские бренды - история создания известных русских брендов (на примере модного дома Slava Zaitsev) - понятие пирамиды бренда - значение концепции в создании бренда - современные стратегии брендинга в России
Тема 5.2 Русские консервативные бренды в дизайне костюма	<p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклады-презентации по теме: «Консервативные, креативные и молодежные бренды в России» (по выбору студентов) - доклад-презентация «Локальные бренды и мидл-сегмент России»
Тема 5.3 Русские молодежные бренды в дизайне костюма	<p>Семинарское занятие, презентация докладов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доклад-презентация «Анализ бренда Gate312» - доклад-презентация «Анализ бренда Zig&Yoni и Gaff Gang» - доклад-презентация «Анализ бренда Pe for Girls» - доклад-презентация «Анализ бренда Ushatava» - докла-презентация «Анализ бренда NNedre и MirStores» - доклад-презентация «Анализ бренда Army Praht» - доклад-презентация «Анализ бренда 2Mood2» - доклад-презентация «Анализ бренда Форма» - доклад-презентация «Анализ бренда 12Storeez» - доклад-презентация «Анализ бренда Askent» - доклад-презентация «Анализ бренда Akhmadullina Dreams» - доклад-презентация «Анализ бренда I AM Studio»
Тема 5.4 Разработка авторского бренда в дизайне костюма	<p>Практические занятия по разработке авторского бренда</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка концепции авторского бренда (выполнение схемы концепции бренда) - анализ целевой аудитории для данного авторского бренда и ее предпочтений (выполнение креативной таблицы анализа целевой аудитории) - анализ фэшн сегмента где может быть актуален данный авторский бренд (выполнение креативного коллажа) - исследование аналогичных брендов в дизайне костюма, выявление достоинств и недостатков брендов-аналогов(составление таблицы и коллажа по брендам-аналогам)

	Содержание плана
	<ul style="list-style-type: none"> - разработка логотипа и слогана авторского бренда (выполнение поисковых фор-эскизов, выполнение творческих эскизов, обработка эскизной графике в компьютерных графических редакторах) - разработка стратегии в рекламе авторского бренда (выполнение креативного коллажа по рекламным технологиям авторского бренда) - разработка рекламного плаката авторского бренда (выполнение фор-эскизов, выполнение творческих эскизов плаката, выполнение окончательного варианта плаката в графических редакторах) - выполнение презентации по авторскому бренду в дизайне костюма - представление презентации по авторскому бренду в аудитории

Самостоятельная работа студента по дисциплине

Тема раздела	Вид самостоятельной работы студента	Количество часов
Раздел 1. Рождение и развитие бренда в сфере дизайна костюма		
Тема 1.2 Бренд технологии в творчестве модельера Чарлза Ворта	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 1.3 Бренд технологии в творчестве Поля Пуаре	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Раздел 2. Понятие бренд-дизайна		
Тема 2.2 Опыт мирового брендинга.	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 2.3 Роль дизайна в бренд-коммуникациях	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 2.4 Структура фэшн-рынка	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Раздел 3. Разработка стратегии визуальных бренд – коммуникаций		
Тема 3.2 Ребрендинг	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 3.3 Креатив в создании бренда	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Раздел 4. Реклама в продвижении и популяризации бренда		

Тема 4.2 Рекламные технологии в дизайне костюма	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 4.3 Массовая культура и реклама в дизайне костюма	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Раздел 5. Технология создания бренда в России		
Тема 5.2 Русские консервативные бренды в дизайне костюма	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 5.3 Русские молодежные бренды в дизайне костюма	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 5.4 Разработка авторского бренда в дизайне костюма	Сбор информации по теме практического задания Разработка поисковых эскизов по теме практического задания Обработка эскизной графики в графических программах Составление схем и таблиц по теме задания	4 часа

Самостоятельная работа по теме практического задания: «Разработка авторского бренда в дизайне костюма»

- выполнение в графических редакторах схемы концепции авторского бренда;
- выполнение креативной таблицы анализа целевой аудитории для авторского бренда;
- выполнение креативного коллажа по фэшн сегменту где планируется реализации авторского бренда;
- составление таблицы и коллажа по брендам-аналогам;
- выполнение поисковых фор-эскизов, выполнение творческих эскизов, обработка эскизной графике в компьютерных графических редакторах для логотипа авторского бренда;
- выполнение креативного коллажа по рекламным технологиям авторского бренда;
- выполнение фор-эскизов, выполнение творческих эскизов плаката, выполнение окончательного варианта рекламного плаката для авторского бренда;
- выполнение презентации по авторскому бренду в дизайне костюма (10-15 слайдов)

Презентация по теме практического задания может быть выполнена в следующих компьютерных программах: Microsoft PowerPoint, Apple Keynote, LibreOffice Impress, Google Slides, WPS Office

Оценивание выполнения самостоятельной работы

Зачтено/не зачтено	Показатели	Критерии
Зачтено	УК-2, УК-6 ПК-3, ПК-4, ПК-5	<ul style="list-style-type: none"> • Проведен необходимый сбор материалов по теме доклада; • Проведены систематизация и анализ материалов; • Самостоятельная работа выполнена своевременно в требуемом объеме;

	1. Сбор материалов по теме к докладу-презентации;	• Соблюдена правильная последовательность выполнения самостоятельной работы;
	2. Полнота и связанность самостоятельной работы аудиторной;	• Подготовлена качественная итоговая презентация заданий к аттестации
Не зачтено	3. Своевременность выполнения самостоятельной работы;	• Сбор материалов не выполнен, или не отвечает теме, или не достаточен;
	4. Методичность выполнения практической самостоятельной работы;	• Осмысление и анализ материалов не проведены или сделаны ошибочные выводы;
		• Самостоятельная работа не связана с работой в аудитории, не является её логическим продолжением;
		• Самостоятельная работа не выполняется или выполняется несвоевременно;
		• Методика и последовательность работ не соблюдаются или не выполняются этапы работ;
		• Итоговая презентация не выполнена или выполнена на неприемлемо низком уровне.

2.2 Методические рекомендации по подготовке доклада-презентации к семинарским занятиям

По темам семинарских занятий студенты готовят доклады-презентации. Доклад представляет собой краткое изложение наиболее существенных аспектов профессиональной проблематики применительно к явлению, процессу, модному стилю или модной тенденции в дизайне костюма. Доклад сопровождается экранной презентацией, которая не должна быть тождественна докладу, но должна расширить, дополнить и визуализировать сказанное в докладе. Презентация может и должна содержать элементы инфографики: схемы, таблицы, диаграммы, расширяющие восприятие материалов доклада. Объем экранной презентации должен составлять от 15 до 30 слайдов, длительность доклада от 10 до 20 минут. Презентация к докладу может быть выполнена в следующих компьютерных программах: Microsoft PowerPoint, Apple Keynote, LibreOffice Impress, Google Slides, WPS Office.

Рекомендации студенту:

1. перед началом работы по написанию доклада согласовать с преподавателем тему, структуру, литературу, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в докладе;
2. представить доклад научному руководителю в письменной форме;
3. выступить на семинарском занятии с презентацией своего доклада, ответить на вопросы студентов группы.

Общая оценка за доклад учитывает содержание доклада, его презентацию, а также ответы на вопросы. Оценка доклада осуществляется педагогом в рамках текущей аттестации на семинарах согласно календарно-тематическому плану и оказывает интегральное влияние на общую оценку за промежуточную аттестацию в семестре.

Доклад-презентация осуществляется на практических занятиях семинарского типа путем публичного представления результатов самостоятельной работы по мониторингу и осмыслению новой темы раздела дисциплины и оценивается в текущей аттестации согласно критериям оценки КИМ (см. п.2.5.2).

Оценка доклада осуществляется педагогом в рамках текущей аттестации на семинарах согласно календарно-тематическому плану и оказывает интегральное влияние на общую оценку за промежуточную аттестацию в семестре.

Примерные темы докладов по разделам дисциплины.

Раздел 1. Рождение и развитие бренда в сфере дизайна костюма. Индикаторы компетенций УК-2.1, Темы докладов-презентаций:

1. Бренд Чарльза Фредерика Ворта в дизайне костюма

2. Бренд Поля Пуаре в дизайне костюма
3. Технологии создания брендов в эпоху модерна
4. Знаковые бренды арт-деко в дизайне
5. Знаковые бренды ар-нуво в дизайне

Раздел 2. Понятие бренд-дизайна. Индикаторы компетенций УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5
Темы докладов-презентаций:

1. Маркетинг и бренд в сфере дизайна костюма
2. Анализ модного рынка в дизайне костюма
3. Бридж-бренды в дизайне костюма
4. Диффузные бренды в дизайне костюма
5. Современные креативные коллаборации в дизайне костюма

Раздел 3. Разработка стратегии визуальных бренд – коммуникаций.

Темы докладов-презентаций:

1. Ребрендинг как этап развития бренд-коммуникации
2. Ребрендинг известных мировых брендов в дизайне костюма
3. Креативные технологии в ребрендинге
4. Трансформация логотипа в ребрендинге (на примере известных фирм)

Раздел 4. Реклама в продвижении и популяризации бренда

Темы докладов-презентаций:

1. Виды рекламных технологий в дизайне костюма (на примере известных брендов)
2. Отражение массовой культуры в модных брендах (на примере рекламы)
3. Отражение глобализма в современных модных брендах (на примере рекламы)
4. Отражение антиглобализма в современных модных брендах (на примере рекламы)

Раздел 5. Технология создания бренда в России.

Темы докладов-презентаций:

1. Консервативные, креативные и молодежные бренды в России
2. Локальные бренды и мидл-сегмент России.
3. Анализ бренда Gate31
4. Анализ бренда Zig&Yoni и Gaff Gang
5. Анализ бренда Pe for Girls
6. Анализ бренда Ushatava
7. Анализ бренда NNedre и MirStores
8. Анализ бренда Army Praht
9. Анализ бренда 2Mood
10. Анализ бренда Форма
11. Анализ бренда 12Storeez
12. Анализ бренда Askent
13. Анализ бренда Akhmadullina Dreams
14. Анализ бренда I AM Studio

2.3 Методические рекомендации к рубежной аттестации (опрос студентов)

Рубежный контроль по дисциплине «Start-up в дизайне костюма» сдаётся на 8-9 учебной недели. Рубежный контроль представляет собой устный опрос (коллоквиум) по изученным темам. Билет состоит из 2 теоретических вопросов. Для подготовки к рубежному контролю необходимо повторить материалы, пройденные за время изучения дисциплины, а так же изучить дополнительные источники, предложенные в списке литературы.

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного

материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать Теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Вопросы для рубежного контроля

1. Определения термина «бренд» и «брендинг»
2. Различие между терминами «бренд» и «товарный знак».
3. Основные показатели эффективности бренда.
4. Эмоциональный капитал бренда.
5. Формирование лояльности к бренду.
6. Хранители бренда.
7. Составление бренд-бука.
8. Планирование коммуникаций как инструмент развития бренда.
9. Структурообразующие элементы архитектуры бренда.
10. Опыт мирового брендинга на примере обзоров американских, европейских и российских представителей бренд-менеджмента.
11. Сегментирование модного рынка: подходы.
12. Формирование имиджа бренда.
13. Атрибуты и ценности бренда.
14. Позиционирование бренда.
15. Основные виды стратегий позиционирования бренда.
16. Продвижение бренда по-новому: инновационные и нестандартные способы взаимодействия с потребителем.
17. Креативные технологии в брендинге.
18. Жизненный цикл бренда.
19. Стратегии управления брендом на различных этапах жизненного цикла.
20. Методы выявления признаков старения бренда.
21. Стратегии омоложения бренда.
22. Пирамида бренда: пример.
23. Коммуникационное поле бренда: его стороны.
24. Роль бренда в формировании корпоративной культуры.
25. Понятие идентичности бренда.
26. Отличие идентичности от имиджа бренда.
27. PR как инструмент эффективного брендинга.
28. Влияние бренда на моду.
29. Успешное и неуспешное использование западных концепций брендинга в России.
30. Влияние на имидж бренда имиджа лиц, представляющих бренд.

Оценивание рубежной аттестации – опрос

Зачтено/не зачтено	Показатели	Критерии
---------------------------	-------------------	-----------------

Отлично	1. Студент ориентируется в материале. 2. Ответы на вопросы аргументированы 3. Студент отвечает на дополнительные вопросы, излагает материал логически	Ответ на контрольные вопросы точный, обоснованный и развернутый ответ; ответ указывает на глубокое и содержательное усвоение пройденного учебного материала
Хорошо	последовательно, делает самостоятельные выводы	Ответ на контрольные вопросы точный, но при обосновании ответа допущены отдельные неточности
Удовлетворительно		Ответ на контрольные вопросы точный, но без обоснования, в ответе допущены отдельные ошибки
Неудовлетворительно		Ответ на контрольные вопросы неточный, указывающий на плохое усвоение пройденного учебного материала; допущены многочисленные ошибки

2.4 Методические рекомендации к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Start-up в дизайне костюма» проводится в форме презентации творческого практического задания.

Промежуточные аттестации служат инструментом оценки освоения обучающимся компетенций, вырабатываемых дисциплиной «Личный бренд в дизайне костюма»

Практическая работа «Разработка авторского бренда в дизайне костюма».

1. Схема концепции авторского бренда (рисунок, таблица и т.д.);
2. Креативная таблица анализа целевой аудитории для авторского бренда;
3. Креативный коллаж по фэшн сегменту где планируется реализации авторского бренда;
4. Таблица по брендам-аналогам и коллаж по брендам-аналогам;
5. Поисковые фор-эскизов авторского логотипа, творческие эскизы авторского логотипа, обработка эскизной графике в компьютерных графических редакторах для логотипа авторского бренда;
6. Креативный коллаж по рекламным технологиям авторского бренда;
7. Фор-эскизы рекламного плаката, творческие эскизы рекламного плаката, окончательный вариант рекламного плаката для авторского бренда;
8. Творческая презентация по авторскому бренду в дизайне костюма (10-15 слайдов)

Презентация по теме практического задания может быть выполнена в следующих компьютерных программах: Microsoft PowerPoint, Apple Keynote, LibreOffice Impress, Google Slides, WPS Office

Промежуточная аттестация по дисциплине – экзамен проводится в рамках экзаменационной сессии по итогам учебного семестра в форме итогового кафедрального просмотра.

Промежуточная аттестация – итоговая оценка работы обучающегося по всем темам раздела за семестр. Промежуточная аттестация проводится в форме общего кафедрального просмотра с участием всех педагогов профессионального цикла по профилю подготовки. Общий просмотр позволяет провести сравнительную оценку достижений обучающихся и установить сформированность необходимых компетенций.

Весь объем выполненных творческих заданий за семестр, прошедших рубежные аттестации, представляется обучающимся к коллегиальной оценке ППС кафедры. Задания должны быть

закончены, оформлены и представлены удобным для оценивания образом, согласованным с ведущим педагогом по дисциплине.

Зачет как форма промежуточного контроля и организации обучения служит приемом проверки степени усвоения учебного материала и лекционных занятий, качества усвоения обучающимися отдельных разделов учебной программы, сформированных умений и навыков.

В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к пройденному учебному материалу.

При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые.

Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение процесса обучения;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка экспозиции практической работы студента

Результаты зачета объявляются обучающемуся после представления практической работы на просмотре. Также при проведении промежуточной аттестации учитывается активность студента во время аудиторных лекционных занятий, и его участие в практических семинарских занятиях с докладами-презентациями.

3. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины **Список литературы и источников**

Основная литература:

1. Баранова С.А. Основы брендинга: курс лекций и тестовые задания: учебное пособие и тестовые задания / С.А.Баранова. – Москва: ФЛИНТА, 2021. -98с. – ISBN 978-5-9765-4702-5. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/182739> (дата обращения: 05.02.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей
2. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие / А.М.Годин. – 4-е, изд. – Москва: Дашков и К, 2016. – 184с. – ISBN 978-5-394-02629-4. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/93371> (дата обращения: 05.02.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей

Дополнительная литература:

1. Тульчинский Г.Л. Маркетинг в сфере культуры: учебное пособие / Г.Л.Тульчинский, Е.Л.Шекова. – 5-е изд., стер. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2021. – 496с. – ISBN 978-5-8114-7851-4. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/167253> (дата обращения: 05.02.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей
2. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры: учебное пособие / Г.Л.Тульчинский. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2011. – 576с. – ISBN 978-5-8114-1241-9. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/2047> (дата обращения: 05.02.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система elibrary.

Доступ в ЭБС:

- ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».
- ООО «Издательство Лань».
- ООО «Компания Ай Пи Ар Медиа».
- ООО «Центральный коллектор библиотек «БИБКОМ».