

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Рабочая программа дисциплины (модуля)

МАРКЕТИНГ МОДЫ

Направление и направленность (профиль)

29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности. Технология моды

Год набора на ОПОП
2018

Форма обучения
очная

Владивосток 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Маркетинг моды» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности (утв. приказом Минобрнауки России от 11.08.2016г. №1003) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

*Клочко И.Л., кандидат технических наук, доцент, Кафедра дизайна и технологий,
Inna.Klochko@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры дизайна и технологий от 24.03.2020 , протокол №

11

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Клочко И.Л.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575737265
Номер транзакции	0000000004868AA
Владелец	Клочко И.Л.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Клочко И.Л.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575737265
Номер транзакции	0000000004868AC
Владелец	Клочко И.Л.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины -изучить вопросы современного маркетинга моды и основные технологии, для для дальнейшего использования будущими специалистами в управлении коммерческой компанией в индустрии моды, а также на приобретение теоретических знаний и практических навыков, необходимых для интеграции маркетинга в управленческую практику.

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

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
29.03.05 «Конструирование изделий легкой промышленности» (Б-КИ)	ПК-1	Способность находить компромисс между различными требованиями (стоимости, качества, безопасности и сроков исполнения) при долгосрочном и краткосрочном планировании и принимать оптимальные решения по реализации дизайн-проектов на изделия легкой промышленности	Знания:	подходов к организации маркетинга на предприятии индустрии моды;
			Умения:	использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований в области индустрии моды
			Навыки:	разработки и реализации маркетинговых программ в области индустрии моды

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части дисциплин учебного плана, реализуется в 7 семестре в объеме 4 з.е.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Имидж товара и услуги», «Компьютерный анализ данных», «Менеджмент моды», «Методы и средства исследований». На данную дисциплину опираются «Курсовое проектирование», «Научно-исследовательская работа», «Проектирование одежды различного назначения модуль 2», «Теория и практика баинга в легкой промышленности».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес- тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности	ОФО	Бл1.В	7	4	52	17	34	0	1	0	92	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Введение в маркетинг моды	4	8	0	28	Текущие аттестации фиксируют процент выполнения объема задания на пз
2	Потребитель продукции в индустрии моды	4	8	0	28	Текущие аттестации фиксируют процент выполнения объема задания на пз
3	Маркетинговое исследование моды и модный прогноз	4	8	0	28	Текущие аттестации фиксируют процент выполнения объема задания на пз
4	Сегментация и маркетинговый микс	5	12	0	28	Текущие аттестации фиксируют процент выполнения объема задания на пз
Итого по таблице		17	36	0	112	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Введение в маркетинг моды.

Содержание темы: Маркетинг в моде. Философия бизнеса в индустрии моды. Целевые аудитории. Сегменты индустрии. Удовлетворение долгосрочных целей предприятия Роль дизайна в отражении потребностей потребителя. Отличительные методы маркетинга в индустрии моды. Сущность и принципы брендинга в индустрии моды.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практические занятия, лекции.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий поисково – исследовательского характера, выполнение творческого задания.

Тема 2 Потребитель продукции в индустрии моды.

Содержание темы: Поведение потребителей моды и организаций. Поведение покупателя моды, и связи с маркетинговыми исследованиями, сегментацией рынка и маркетинговым миксом. Процесса принятия решения потребителем. Типы решений. Личностные характеристики потребителя и их влияние на покупку. Психологические переменные модного потребления. Модные товары как признак социальной группы. Социальные измерения : семья, социальная стратификация, лидеров мнений и культурные факторы. Стиль жизни и принятие моды . Изучение распространения и лидерства мнений. Продажи через каналы распространения моды . Баинговые организации .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: практические и лекционные занятия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий поисково – исследовательского характера, выполнение творческого задания.

Тема 3 Маркетинговое исследование моды и модный прогноз.

Содержание темы: Цели и задачи маркетинговых исследований в индустрии моды. Основные методы маркетинговых исследований. Планирование исследования. План исследования. Обработка результатов исследования. Использование маркетинговых исследований в бизнесе, связанном с развитием продукта и с прогнозами в мире моды.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практические занятия, лекции.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий поисково – исследовательского характера, выполнение творческого задания.

Тема 4 Сегментация и маркетинговый микс.

Содержание темы: Маркетинговый микс. Диапазон факторов, которые может контролировать рыночный производитель, чтобы с выгодой для себя удовлетворить нужды покупателей. Общепринятые представления о маркетинговом миксе. Завоевывание позиции для товара внутри рынка.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практические занятия, лекции.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий поисково – исследовательского характера, выполнение творческого задания.

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа студентов проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

- углубления и расширения теоретических знаний;

- формирования умений использовать нормативную, справочную документацию и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями

здоровья и инвалидов.

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Кулибанова В. В. МАРКЕТИНГ В СЕРВИСЕ. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2019 - 259 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-v-servise-434101>

2. Под общ. ред. Жильцовой О.Н. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 301 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/internet-marketing-450115>

8.2 Дополнительная литература

1. Методы маркетинговых исследований [Электронный ресурс] , 2019 - 107 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/705239>

2. Овсянников А. А. СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ. В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. Учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 219 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyy-marketing-v-2-ch-chast-2-454522>

3. Овсянников А.А. СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ. В 2 Ч. ЧАСТЬ 1. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] , 2017 - 374 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/sovremennyy-marketing-v-2-ch-chast-1-408662>

8.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Информационно-справочная система «Консультант Плюс» – <http://www.consultant.ru/>

2. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/>

3. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>

4. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

Программное обеспечение: