МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

(Технологии. Дизайн. Искусство)»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

ТОРГОВАЯ МАРКА МОДНОГО КОСТЮМА

Направление подготовки:50.06.01 Искусствоведение

Направленность: Техническая эстетика и дизайн

Форма обучения: очная

Квалификация: Исследователь. Преподаватель-исследователь

Нормативный срок освоения образовательной программы –3 года

Кафедра искусства костюма и моды

**Москва 2022 г.**

**1. Цели освоения учебной дисциплины**

Целями освоения учебной дисциплины **«**Торговая марка модного костюма»

являются:

ознакомление аспирантов с теорией и практикой процесса разработки торговой марки фирмы с учетом исторических тенденций и современного развития.

* формирование навыков самостоятельной научно-исследовательской работы в области разработки торговой марки и фирменного стиля;
* изучение традиционных и инновационных подходов в области разработки торговой марки и фирменного стиля;

- изучение основных современных теорий и практики разработки торговых марок, 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 практики разработки необходимых элементов торговой марки и документов, необходимых для управления торговой маркой.

**2. Место учебной дисциплины в структуре программы аспирантуры**

Дисциплина «Торговая марка модного костюма» включена в блок Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2, семестр 4.

Изучение дисциплины опирается на знания, умения и навыки, приобретенные в предшествующих дисциплинах:

- история и философия науки;

- формообразование в дизайне;

- прогнозирование в дизайне.

**3. Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины**

**Таблица 1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и содержание компетенции | Критерии результатов обучения | Технологииформированиякомпетенций |
| ОПК-1способностью самостоятельно осуществлять научно-исследовательскуюдеятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно коммуникационных технологий  | Знать:- методологические основы теории и практики в области разработки торговой марки фирмы модного костюма;- историю возникновения и основные теории разработки торговой марки;- основные системы изучения потребителей в целях разработки и управления торговыми марками, применяемые на современных предприятиях;- теории сегментирования и позиционирования и их использование для разработки и управления торговыми марками;Уметь: - проводить исследования поведения потребителей и трактовать результаты исследований в целях разработки торговых марок модного костюма;- осуществлять анализ конкурентной ситуации, ценностей, неудовлетворенных потребностей клиентов в целях разработки торговых марок модного костюма;- проводить стратегический анализ возможностей предприятия для разработки торговой марки, удовлетворяющей потребности клиентов. Владеть: - специальной профессиональной терминологией бренд-менеджмента и навыками ее использования в процессе последующей деятельности;- навыками поиска, сбора, систематизации и обработки информации, необходимой для подготовки и принятия решений в сфере разработки торговой марки; | *лекции (Л), практические занятия (ПЗ)* *самостоятельная работа (СР)**выполнение индивидуальных домашних заданий (ИДЗ)* *Доклад, сообщение (ДС),**Презентация* *(П)*  |
| ОПК-2- готовностью к преподавательской деятельности по основным образовательным программам высшего образования  | Знать: - структуру документов, описывающих торговую марку, для внутреннего пользования сотрудников компании и для внешних коммуникаций. - современное состояние практики разработки торговых марок в наиболее развитых в экономическом отношении странах и опыте использования теоретических знаний в практической деятельности по разработке торговых марок;- о роли разработки торговой марки в практике современного управления.Уметь: - выбирать средства научного поиска согласно индивидуальным исследовательским задачам;к научному общению;- определять темы и процедуры научного обсуждения, в рамках прогнозной деятельности;- оценивать используемые методы и способы научного общения. Владеть: - навыками профессиональной аргументации при обосновании своей позиции в той или иной сфере предстоящей деятельности. - навыками разработки торговой марки фирмы модного костюма, базирующимися на умении анализировать различные источники информации;- навыками научного общения с коллегами и научным сообществом; - навыками научного общения с целью усовершенствования качества процесса разработки торговой марки модного костюма | *лекции (Л), практические занятия (ПЗ)* *самостоятельная работа (СР)**выполнение индивидуальных домашних заданий (ИДЗ)* *Доклад, сообщение (ДС),**Презентация* *(П)*  |
| ПК-3 Способностью к системному пониманию художественно-творческих задач проекта. Выборов необходимых методов исследования творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением | Знать: - тенденции развития современного мирового искусства;- направления и теории в истории костюма и моды Уметь: - - производить классификацию стилей всех видов декоративно-прикладного искусства;- находить необходимую информацию в библиотечных каталогах и сети Internet;- работать с литературой и анализировать исторические источники;- устанавливать взаимосвязи художественного стиля и особенностей исторического развития эпохи.Владеть: методами составления словаря терминов по изученным темам;- определения авторства и времени создания художественного произведения по характерным чертам стиля. | *лекции (Л), практические занятия (ПЗ)* *самостоятельная работа (СР)**выполнение индивидуальных домашних заданий (ИДЗ)* *Доклад, сообщение (ДС),**Презентация* *(П)*  |
| ПК-4 Подготовленностью к владению рисунком, навыками линейно-конструктивного построения и основами академической живописи и скульптуры, способностью к творческому проявлению своей индивидуальности и профессиональному росту | Знать: специфику предметной сферы деятельности художника-проектировщика;- профессиональную терминологию: основные понятия дизайна законы, методы, приемы и средства дизайна;основные характеристики формы объектов; специфические свойства конкретных материалов;природу и сущность художественного творчества в дизайне;Уметь: работать с аналогами в истории логотипов, определяя их стиль, масштабность, конструкцию и функцию.анализировать структурные связи элементов дизайна;использовать пластические свойства материалов для решения художественных задач дизайна;работать с литературой и анализировать аналоговые источники.Владеть: - Навыками подбора материала по цвето-световым характеристикам, техническим параметрам и владеть методиками их использования. навыками самостоятельного творческого формирования идеи-концепции проектного решения; средствами грамотного формирования имиджа проектируемой структуры;приемами правильного выбора оптимального композиционного решения ; навыками последовательной разработки эскизов до стадии законченного проекта, приемами выразительной графической подачи проектных материалов; | *лекции (Л), практические занятия (ПЗ)* *самостоятельная работа (СР)**выполнение индивидуальных домашних заданий (ИДЗ)* *Доклад, сообщение (ДС),**Презентация* *(П)*  |

**4. Объем и содержание дисциплины**

 **4.1. Объем дисциплины**

**Таблица 2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель объема дисциплины** | **Трудоемкость** |
|
| Объем дисциплины в зачетных единицах | 3  |
| Объем дисциплины в часах | 108 |
| Лекции (ч) | 18 |
| Практические занятия (семинары) (ч) | 18 |
| Самостоятельная работа (ч) | 45 |
| Контроль (ч) | 27 |
| Форма контроля (зач./экз.) | Экзамен |

**4.2 Содержание разделов учебной дисциплины (модуля)**

**Таблица 3**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)** | **Лекции** | **Наименование практических (семинарских) занятий** | **Оценочные средства** |
| **№ и тема лекции** | **Трудоемкость, час** | **№ и тема практического занятия** | **Трудоемкость, час** |
| 1.Введение в разработку торговой марки. | 1. Понятийный аппарат
 | 2 | 1. Основы брендинга.
 | 2 | *Доклад, сообщение,**Презентация,- Индивидуальное домашнее задание*  |
| 1.Введение в разработку торговой марки. | 1. Атрибуты бренда.
 | 2 | 1. Структура марки и оставляющие фирменного стиля. Марочные стратегии.
 | 2 | - *Доклад, сообщение,**Презентация,- Индивидуальное домашнее задание*  |
| 2.Изучение потребителей. Сегментирование.  | 1. Маркетинговая основа процесса разработки.
 | 2 | 1. Позиционирование и целевая группа.
 | 2 | *Доклад, сообщение,**Презентация,- Индивидуальное домашнее задание*  |
| 2.Изучение потребителей. Сегментирование.  | 1. Семонемика (Нейминг).
 | 3 | 1. Выбор наименования торговой марки
 | 3 | *Доклад, сообщение,**Презентация,- Индивидуальное домашнее задание*  |
| 3.Позиционирование. Разработка желаемых атрибутов торговой марки. | 1. Практика разработки логотипа.
 | 2 | 1. Проектирование торгового знака
 | 2 | *Доклад, сообщение,**Презентация,- Индивидуальное домашнее задание*  |
| 3.Позиционирование. Разработка желаемых атрибутов торговой марки. | 1. Этапы разработки ТМ
 | 2 | 1. Разработка желаемых атрибутов торговой марки.
 | 2 | *Доклад, сообщение,**Презентация,- Индивидуальное домашнее задание*  |
| 4.Необходимые атрибуты торговой марки. | 1. Управление торговыми марками.
 | 2 | 1. . Капитал и стоимость торговой марки
 | 2 | *Доклад, сообщение,**Презентация,- Индивидуальное домашнее задание*  |
| 4.Необходимые атрибуты торговой марки. | 1. Основы юридической защиты торговой марки. Хранители бренда: бренд-бук, стандарты, регламенты и др.
 | 3 | 1. Составление технических заданий и брифов для работы с внешними подрядчиками
 | 3 | *Доклад, сообщение,**Презентация,- Индивидуальное домашнее задание*  |
| **ВСЕГО часов в семестре** |  | 18 |  | 18 | *Экзамен* |

**5. Самостоятельная работа обучающихся**

**Таблица 4**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)** | **Содержание самостоятельной работы** | **Трудоемкость в часах** |
| 1 | Введение в разработку торговой марки. | Марочные стратегии. | 11 |
| 2 | Изучение потребителей. Сегментирование. | Исследование целевой аудитории. | 11 |
| 3 | Позиционирование. Разработка желаемых атрибутов торговой марки. | Проектирование торгового знака и офисной документации | 11 |
| 4 | Необходимые атрибуты торговой марки. | Разработка бренд-бука,  | 12 |
|  |  | Подготовка к экзамену, | 27 |
| **ВСЕГО часов в семестре:** | **72** |

**6. Образовательные технологии**

При освоении дисциплины «Торговая марка модного костюма»

используются следующие образовательные технологии:

- Доклад, сообщение

- Презентация

- Индивидуальное домашнее задание

**7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине**

**7.1 Примерная тематика курсовых проектов (работ) –** не предусмотрены**.**

**7.2 Примеры используемых оценочных средств для текущего контроля**

**Доклад, сообщение**

Примеры вариантов задания

1. Характеристики, функции, экономические условия для построения бренда.

 2. Торговый знак, торговая марка, бренд: Сущность, определения и отношения.

3. Маркетинговая цель создания торговой марки и стратегии ее развития: стратегия одной марки, стратегия одного корня, стратегия индивидуальных марок.

4.Структура марки и оставляющие фирменного стиля.

5. Рациональные и эмоциональные выгоды ТМ.

**Презентация**

 Примеры вариантов задания

1. Место позиционирования в бизнес-процессе разработки ТМ.
2. Пять составляющих эффективного позиционирования.
3. Необходимые маркетинговые исследования.
4. Особенности применения рациональных и эмоциональных выгод потребителя для разработки позиционирования различных товарных групп.
5. Технология разработки позиционирования: классический и альтернативные подходы.
6. Методы разработки позиционирования: метод «УТП», SWOT-анализ, метод соответствия, метод «реестра», метод построения карт, метод эмоциональной взаимосвязи.
7. Маркетинговые исследования в бизнес-процессе разработки ТМ: виды исследований цели, стоимость, временные затраты, исполнители, ответственность исполнителей.

**Индивидуальное домашнее задание**

Примеры вариантов задания

1. Концепция продукта. Концепция позиционирования ТМ.
2. Целевая аудитория ТМ: покупатель, потребитель.
3. Содержание и результат I этапа создания ТМ (Уточнение концепции позиционирования ТМ).
4. Бриф. Виды, структура, содержание.
5. Разработка концепции визуального и вербального воплощения ценностей бренда.
6. Ряды креативного поиска дизайна, имени, атрибутов.
7. Нейминг. Логопостроение. Предварительная патентная экспертиза.
8. Материальное воплощение фирменного стиля.

Полный комплект оценочных средств приведен в приложении к рабочей программе.

**7.3 Примеры используемых оценочных средств для промежуточной аттестации**

1. Ключевые аспекты, определяющие результативность и силу торговой марки. Ключевые ценности, функциональные и психологические.
2. Движущие факторы укрепления и подъема корпоративных торговых марок: концентрированность, группы давления.
3. Четыре измерения торговой марки по Т.Гэду.
4. Индивидуальность торговых марок по Жан-Ноэль Капфереру (Jean-Noel Kapferer).
5. Шестигранная призма индивидуальности торговой марки: физические характеристики, личность, культура, взаимоотношения, отражение, собственный имидж.
6. Формирование имиджа бренда.
7. Атрибуты и ценности бренда.
8. Позиционирование: обретение желаемой позиции в умах потребителей.
9. Условия формирования торговых марок в российской экономике

 Полный комплект оценочных средств приведен в приложении к рабочей программе.

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

**8.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

**Таблица 5**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Автор(ы) | Наименование издания | Вид издания (учебник, учебное пособие) | Издательство | Год издания | Кол-во экз. | Электронный ресурс |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |  |
| **Основная литература** |  |  |
| 1 | Рунге В.Ф. | Основы теории и методологии дизайна  | Учебное пособие | М. : МЗ Пресс | 2005 2003 2001  | 3 экз, 2 экз5 экз |  |
| 2 | Козлова Т.В. | Костюм. Теория художественного проектирования  | Учебник | М. : МГТУ им. А.Н. Косыгина | 2005  | 353 экз |  |
| 3 | Лаврентьев А.Н. | История дизайна  | Учебное пособие | М. : Гардарики | 2008 2006  | 1 экз100 экз, |  |
| 4 | Шимко В.Т. | Архитектурно-дизайнерское проектирование  | Учебник | М. : Архитектура-С | 2006  | 2 экз |  |
| 5 | Устин В.Б. | Учебник дизайна. Композиция, методика, практика  | Учебник | М. : АСТ ; : Астрель | 2009  | 2 экз |  |
| 6 | Устин В.Б. | Художественное проектирование интерьеров  | Учебник | М. : АСТ ; : Астрель : Полиграфиздат | 2010  | 1 экз |  |
| 7 | Рунге В.Ф. | Основы теории и методологии дизайна  | Учебное пособие | М. : МЗ Пресс | 2005,2003 2001  | 3 экз2 экз5 экз |  |
| **Дополнительная литература** |  |  |
| 1 | Лидвелл У. | Универсальные принципы дизайна | Учебное пособие | СПб. : Питер | 2012 | 3 |  |
| 2 | Уэйншенк С.  | 100 главных принципа дизайна. Как удержать внимание | Учебное пособие | СПб. : Питер | 2012 | 2 |  |
| 3 | Лин Майк В. | Современный дизайн. Пошаговое руководтво | Учебное пособие | М.: | 2010 | 2 |  |
| 4 | Золотарев, А. И. | Генерация идей и системные методы в дизайне | Учебное пособие | Тольятти : ТГУС | 2006 | 1 |  |
| 5 | Назаров Ю.В. | Служить российскому дизайну. Т.1 | Сб. статей | М. : Союз Дизайнеров России | 2008 | 1 |  |
| 6 | Макарова Т.Л.Макаров С.Л. | Выставки дизайна и рекламы: новые информационные технологии и креативные решения в дизайне, рекламе и сервисе | Монография | М.:МГУДТ | 2016 | 5 | <http://znanium.com/catalog/product/782799>;Локальная сеть университета |

**8.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, электронных образовательных ресурсов локальных сетей РГУ им. А.Н. Косыгина, необходимых для освоения дисциплины**

1. Библиотека РГУ им. А.Н. Косыгина <http://biblio.mgudt.ru/jirbis2/>.

2. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «ИНФРА-М» «Znanium.com» <http://znanium.com/>.

3. Реферативная база данных «WebofScience» <http://webofknowledge.com/> .

4. Реферативная база данных «Scopus» <http://www.scopus.com/> .

5. Патентная база данных компании «QUESTEL – ORBIT» <https://www37.orbit.com/#PatentEasySearchPage>.

6. Электронные ресурсы издательства «SPRINGERNATURE» <http://www.springernature.com/gp/librarians>.

7. ООО «ИВИС» <http://dlib.eastview.com/>.

8. Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» <http://www.elibrary.ru/>.

9. Национальная электронная библиотека («НЭБ») [http://нэб.рф/](http://xn--90ax2c.xn--p1ai/).

10. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «ЮРАЙТ» <https://biblio-online.ru/>

**9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
| Помещение для проведения групповых и индивидуальных консультацийМ Калужская, д.1, ауд. №1441 |  Стол преподавательский – 1 шт., доска – 1 шт., ноутбук – 1 шт., мультимедийное оборудование (проектор и экран) – 1 шт., письменный стол – 15 шт., стул – 30 шт., персональный компьютер – 10 шт., и др. | 1. MicrosoftWindows 10 HOME RussianOLPNLAcademicEditionLegalizationGetGenuine, 60 лицензий, артикул KW9-00322, Договор с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №510/2015 от 15.12.2015г.
2. Microsoft Office Standard 2016 Russian OLP NL Academic Edition, 60 лицензий, артикул 021-10548, ДоговорбюджетногоучреждениясЗАО «СофтЛайнТрейд» №511/2015 от 15.12.2015г.
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition 250-499 Node 1 year Educational Renewal License, 353 лицензии, артикул KL4863RATFQ, ДоговорбюджетногоучреждениясЗАО «СофтЛайнТрейд» №511/2016от30.12.2016г.
4. Kaspersky Security дл почтовых серверов –Russian Edition 250-499 MailAddress 1 year Educational Renewal License, 250 лицензий, артикул KL4313RATFQ, ДоговорбюджетногоучреждениясЗАО «СофтЛайнТрейд» №511/2016от30.12.2016г.
 |
|  Помещение для проведения занятий лекционного типа, помещение для текущего контроля и промежуточной аттестацииМ Калужская, д.1, ауд. №1443  | Стол преподавательский – 1 шт., доска – 1 шт., ноутбук – 1 шт., мультимедийное оборудование (проектор и экран) – 1 шт., письменный стол – 15 шт., стул – 30 шт., персональный компьютер – 10 шт., и др. | 1. MicrosoftWindows 10 HOME RussianOLPNLAcademicEditionLegalizationGetGenuine, 60 лицензий, артикул KW9-00322, Договор с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №510/2015 от 15.12.2015г.
2. Microsoft Office Standard 2016 Russian OLP NL Academic Edition, 60 лицензий, артикул 021-10548, ДоговорбюджетногоучреждениясЗАО «СофтЛайнТрейд» №511/2015 от 15.12.2015г.
3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition 250-499 Node 1 year Educational Renewal License, 353 лицензии, артикул KL4863RATFQ, ДоговорбюджетногоучреждениясЗАО «СофтЛайнТрейд» №511/2016от30.12.2016г.
4. Kaspersky Security дл почтовых серверов –Russian Edition 250-499 MailAddress 1 year Educational Renewal License, 250 лицензий, артикул KL4313RATFQ, ДоговорбюджетногоучреждениясЗАО «СофтЛайнТрейд» №511/2016от30.12.2016г.
 |
| Помещение для самостоятельной работыМ Калужская, д.1, ауд. №1439  | Персональный компьютер с выходом в интернет и подключением к ЭБС – 7 шт.;письменный стол – 17 шт.;стул – 34 шт. | Microsoft Windows 10 HOME Russian OLP NL Academic Edition Legalization GetGenuine, артикул KW9-00322, Договор с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №510/2015 от 15.12.2015г.Microsoft Office Standard 2016 Russian OLP NL Academic Edition, артикул 021-10548, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №511/2015 от 15.12.2015г.Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition 250-499 Node 1 year Educational Renewal License, артикул KL4863RATFQ, Договор бюджетного учреждения с ЗАО «Софт Лайн Трейд» №542/2016 от 13.12.2016г. |