

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 11.10.2023 10:46:26  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт    Магистратура  
Художественного моделирования, конструирования и технологии  
Кафедра    швейных изделий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Сегментация рынка**

|   |  |
|---|--|
| Уровень образования   | магистратура   |
| Направление подготовки  | 29.04.05    Конструирование изделий легкой промышленности  |
| Профиль   | Инновационные технологии комплексного художественного проектирования изделий легкой промышленности |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 2 года   |
| Форма обучения  | очная  |

Рабочая программа учебной дисциплины «Сегментация рынка» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол №7 от 21.02.2023г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины «Сегментация рынка»:

Профессор

И.А. Петросова

И.о. заведующего кафедрой

И.А. Петросова

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Сегментация рынка» изучается во втором семестре.  
Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены.

### **1.1. Форма промежуточной аттестации:**

второй семестр - зачет

### **1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП**

Учебная дисциплина «Сегментация рынка» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и является элективной дисциплиной.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предыдущему уровню образования в части сформированности универсальных компетенций.

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при прохождении всех видов практик, предусмотренных ОПОП, научно–технических семинаров и выполнении ВКР.

## **2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Целями изучения дисциплины «Сегментация рынка» являются:

- ознакомление с основным ассортиментом изделий легкой промышленности;
- анализ и маркировка предметов одежды и обуви для формирования ассортиментной политики предприятия;
- анализ общих вопросов, связанных с «осознанным потреблением» изделий легкой промышленности;
- изучение методов маркетинговых исследований для изучения предпочтений потребителей и сегментации рынка;
- изучение методов анализа ассортимента изделий легкой промышленности в торговых оптовых и розничных сетях, онлайн продажах;
- анализ ассортимента изделий легкой промышленности с учетом утилитарно-технических, художественно-эстетических, экономических параметров;
- овладение приемами сегментации рынка на основе применения принципов унификации, норм рационального потребления, на основе творческого источника;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

| Код и наименование компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции   | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |
|--|--|--|
| УК-1<br>Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий   | ИД-УК-1.2<br>Осуществление поиска вариантов решения проблемной ситуации на основе различных источников информации, мозгового командного штурма.  | - применяет методику мозгового штурма для решения проблемных ситуаций в области сегментации рынка;<br>- использует различные источники информации, такие как онлайн-ресурсы, книги, статьи, консультации с экспертами для решения вопросов связанных с сегментацией рынка; |
| УК-2<br>Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла  | ИД-УК-2.1<br>Разработка концепции проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировка цели, задач, обоснование актуальности, значимости, ожидаемых результатов и возможных сфер их применения.  | - определяет главную цель проекта в области сегментации рынка и смежных вопросов, задачи, актуальность и сферы применения результатов;   |
|  | ИД-УК-2.2<br>Выделение этапов работы над проектом и определение роли и задач команды проекта на всех этапах его жизненного цикла.  | - выделяет этапы работы над проектом по сегментации рынка и смежным вопросам;  |
| ПК-6<br>Способен применять при реализации профессиональной деятельности проектный подход, выстраивая деловую межкультурную коммуникацию и командную работу на принципах системного критического мышления, взаимодействия, самоорганизации и саморазвития | ИД-ПК-6.3<br>Анализ проблемных профессиональных ситуаций и осуществление поиска вариантов их решения на основе различных источников информации, мозгового командного штурма. Разработка командной стратегии, прогноз результатов ее применения при решении профессиональных задач. | -выявляет проблемные ситуации при анализе и решении вопросов по сегментации рынка, в том числе с применением командного взаимодействия и мозгового штурма  |

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|                         |   |      |    |      |
|-------------------------|---|------|----|------|
| по очной форме обучения | 2 | з.е. | 72 | час. |
|-------------------------|---|------|----|------|

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

| Структура и объем дисциплины  |                                |            |                                   |                           |                           |                              |  |  |                                      |
|-------------------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------|--|--|--------------------------------------|
| Объем дисциплины по семестрам | форма промежуточной аттестации | всего, час | Контактная аудиторная работа, час |                           |                           |                              | Самостоятельная работа обучающегося, час |  |                                      |
|                               |                                |            | лекции, час                       | практические занятия, час | лабораторные занятия, час | практическая подготовка, час | <i>курсовая работа/ курсовой проект</i>  | самостоятельная работа обучающегося, час | прочая промежуточная аттестация, час |
|                               |                                |            | 2 семестр                         | зачет                     | 72                        | 18                           | 18                                       |  |                                      |
| Всего:                        | зачет                          | 72         | 18                                | 18                        |                           |                              |  | 36                                       |                                      |

## 3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации  | Виды учебной работы |                           |   |                              | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|--|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
|  |  | Контактная работа   |                           |   |                              |                             |  |
|  |  | Лекции, час         | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час | Практическая подготовка, час |                             |  |
| <b>Второй семестр</b>  |  |                     |                           |   |                              |                             |  |
| УК-1   | <b>Лекция 1.</b> Вводная лекция. Цели и задачи дисциплины.   | 3                   |                           |   |                              | 2                           | Контроль посещаемости.   |
| ИД-УК-1.2<br>УК-2<br>ИД-УК-2.1<br>ИД-УК-2.2  | <b>Лекция 2.</b> Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений выделенной целевой группы для проектирования промышленной коллекции одежды.   | 3                   |                           |   |                              | 2                           | Контроль посещаемости.   |
| ПК-6<br>ИД-ПК-6.3  | <b>Лекция 3.</b> Методы проведения анализа промышленных коллекций для сегментирования рынка.   | 3                   |                           |   |                              | 2                           | Контроль посещаемости.   |
|  | <b>Лекция 4.</b> Сегментирование рынка на основе выделения типовых и унифицированных элементов. Ассортиментная политика сформированная с учетом норм рационального потребления.                              | 3                   |                           |   |                              | 2                           | Контроль посещаемости.   |
|  | <b>Лекция 5.</b> Изучение способов позиционирования коллекций на рынке. Представление коллекций в торговой сети. Интернет продажи и продвижение в сети в зависимости от сегментации рынка.                   | 3                   |                           |   |                              | 2                           | Контроль посещаемости.   |
|  | <b>Лекция 6.</b> Визуальный мерчендайзинг промышленных коллекций изделий легкой промышленности в зависимости от сегментации рынка.   | 3                   |                           |   |                              | 2                           | Контроль посещаемости.   |
|  | <b>Практическое занятие 1</b> Изучение основных интернет ресурсов, необходимых для анализа промышленных коллекций, выявления модных тенденций и предпочтений потребителей для последующей сегментации рынка. |                     | 3                         |   |                              | 3                           | Устная дискуссия.  |
|  | <b>Практическое занятие 2</b> Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений  |                     | 3                         |   |                              | 3                           | Домашнее задание 1.  |

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации  | Виды учебной работы |                           |   |                              | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|--|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
|  |  | Контактная работа   |                           |   |                              |                             |  |
|  |  | Лекции, час         | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час | Практическая подготовка, час |                             |  |
|  | выделенной целевой группы для сегментации рынка.   |                     |                           |   |                              |                             |  |
|  | <b>Практическое занятие 3</b> Методы проведения анализа промышленных коллекций - аналогов на основе выделения композиционно-конструктивных признаков, конструктивных и конструктивно-декоративных элементов создания объемной формы в моделях изделий, входящих в коллекцию. |                     | 3                         |   |                              | 3                           | Презентация.   |
|  | <b>Практическое занятие 4</b> Выделение типовых базовых форм. Сегментация рынка и ассортимент политика на основе выделения унифицированных предметов гардероба и рациональных норм потребления.  |                     | 3                         |   |                              | 3                           | Домашнее задание 2.  |
|  | <b>Практическое занятие 5</b> Разработка позиционирования коллекции на рынке по следующим элементам: Концепция, Миссия, Целевая аудитория. Обещание бренда, Сообщения бренда, Ценности бренда, Слоган.   |                     | 3                         |   |                              | 3                           | Домашнее задание 3.  |
|  | <b>Практическое занятие 6</b> Визуальный мерчендайзинг промышленных коллекций изделий легкой   |                     | 3                         |   |                              | 9                           | Зачет в виде письменного тестирования  |

| Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций | Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации | Виды учебной работы |                           |   |                              | Самостоятельная работа, час | Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости |
|--|---|---------------------|---------------------------|---|------------------------------|-----------------------------|--|
|  |   | Контактная работа   |                           |   |                              |                             |  |
|  |   | Лекции, час         | Практические занятия, час | Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час | Практическая подготовка, час |                             |  |
|  | промышленности в зависимости от сегментации рынка.<br>Зачет.  |                     |                           |   |                              |                             |  |
|  | <b>ИТОГО за семестр</b>                                       | <b>18</b>           | <b>18</b>                 |   |                              | <b>36</b>                   |  |

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

| № п/п                       | Наименование раздела и темы дисциплины   | Содержание раздела (темы)   |
|-----------------------------|--|---|
| <b>Лекции</b>               |  |   |
| 1.                          | <b>Лекция 1.</b><br>Вводная лекция   | Роль сегментирования рынка в проектировании изделий легкой промышленности и продвижении промышленных коллекций в индустрии моды.. Классификация изделий легкой промышленности. Виды изделий легкой промышленности. Термины и определения. Маркировка. Визуальный мерчендайзинг изделий легкой промышленности в зависимости от сегментации рынка. Выделение основных модных тенденций при сегментировании рынка изделий легкой промышленности с помощью современных цифровых ресурсов. |
| 2.                          | <b>Лекция 2.</b><br>Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений выделенной целевой группы для проектирования промышленной коллекции одежды                               | Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений выделенной целевой группы для проектирования промышленной коллекции одежды - Разработка кейс-задачи (анкеты для целевого потребителя), подготовка к защите кейс-задачи; - Загрузка анкет на интернет ресурс; -Обработка результатов анкет.  |
| 3.                          | <b>Лекция 3.</b><br>Методы проведения анализа промышленных коллекций для сегментирования рынка   | Методы проведения анализа промышленных коллекций - аналогов на основе выделения композиционно-конструктивных признаков, конструктивных и конструктивно-декоративных элементов создания объемной формы в моделях изделий, входящих в коллекцию   |
| 4.                          | <b>Лекция 4.</b><br>Сегментирование рынка на основе выделения типовых и унифицированных элементов. Ассортиментная политика сформированная с учетом норм рационального потребления            | Выделение типовых базовых форм. Разработка унифицированных деталей. Проектирование коллекции моделей одежды с помощью принципов унификации  |
| 5.                          | <b>Лекция 5.</b><br>Изучение способов позиционирования коллекций на рынке. Представление коллекций в торговой сети. Интернет продажи и продвижение в сети в зависимости от сегментации рынка | Позиционирование выделенного сегмента рынка по следующим элементам: Концепция, Миссия, Целевая аудитория. Обещание бренда, Сообщения бренда, Ценности бренда, Слоган  |
| 6.                          | <b>Лекция 6.</b><br>Визуальный мерчендайзинг промышленных коллекций изделий легкой промышленности в зависимости от сегментации рынка   | Визуальный мерчендайзинг одежды. Визуальный мерчендайзинг обуви. Визуальный мерчендайзинг аксессуаров. Оформление витрин в зависимости от выделенного сегмента рынка. Создание сайта  |
| <b>Практические занятия</b> |  |   |
| 1.                          | <b>Практическое занятие 1.</b>   | Устная дискуссия на тему:   |



|    |   |  |
|----|---|--|
|    | Изучение основных интернет ресурсов, необходимых для анализа промышленных коллекций, выявления модных тенденций и предпочтений потребителей для последующей сегментации рынка   | Анализ цифровых ресурсов. Систематизация по видам используемой информации. Цвет. Тенденции. Предпочтения. Рекомендации. Экономические показатели.<br>Выдача задания на разработку портфолио по результатам освоения дисциплины<br>Выдача Домашнего задания 1 Анкетирование выделенной группы потребителей  |
| 2. | <b>Практическое занятие 2.</b><br>Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений выделенной целевой группы для проектирования промышленной коллекции одежды)   | Разбор теоретического материала<br>Определение целевой группы потребителей.<br>Формулировка вопросов анкеты для определения предпочтений выделенной целевой группы.<br>- Загрузка анкет на интернет ресурс;<br>- Обработка результатов анкет.<br>Защита Домашнего задания 1 в виде Презентации<br>Обсуждение. Взаимооценка<br>Выдача задания на составление Презентации<br>Позиционирование на рынке |
| 3. | <b>Практическое занятие 3.</b><br>Методы проведения анализа промышленных коллекций - аналогов на основе выделения композиционно-конструктивных признаков, конструктивных и конструктивно-декоративных элементов создания объемной формы в моделях изделий, входящих в коллекцию | Разбор теоретического материала. Выделение композиционно-конструктивных признаков, конструктивных и конструктивно-декоративных элементов создания объемной формы в моделях изделий, входящих в коллекции выделенных сегментов рынка<br>Защита Презентации «Позиционирование на рынке».<br>Обсуждение. Взаимооценка<br>Выдача Домашнего задания 2 на тему «Создание сайта».                           |
| 4. | <b>Практическое занятие 4.</b><br>Выделение типовых базовых форм. Сегментация рынка и ассортиментная политика на основе выделения унифицированных предметов гардероба и рациональных норм потребления.  | Разбор теоретического материала. Сегментация рынка и ассортиментная политика на основе выделения унифицированных предметов гардероба и рациональных норм потребления.<br>Защита Домашнего задания 2 на тему «Создание сайта». Обсуждение. Взаимооценка. Выдача Домашнего задания 3 на тему «Портфолио».  |
| 5. | <b>Практическое занятие 5.</b><br>Разработка позиционирования коллекции на рынке по следующим элементам: Концепция, Миссия, Целевая аудитория. Обещание бренда, Сообщения бренда, Ценности бренда, Слоган   | Разбор теоретического материала. Позиционирование выделенного сегмента рынка по следующим элементам: Концепция, Миссия, Целевая аудитория. Обещание бренда, Сообщения бренда, Ценности бренда, Слоган<br>Защита домашнего задания 3 «Портфолио».   |
| 6. | <b>Практическое занятие 6.</b><br>Визуальный мерчендайзинг промышленных коллекций изделий легкой промышленности в зависимости от сегментации рынка  | Разбор теоретического материала. Визуальный мерчендайзинг одежды. Визуальный мерчендайзинг обуви. Визуальный мерчендайзинг аксессуаров. Оформление витрин в зависимости от выделенного сегмента рынка.<br>Зачет в виде письменного тестирования  |

### 3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному

самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям, зачету;
- изучение специальной литературы;
- выполнение домашних заданий в виде Презентаций;
- выполнение домашних заданий с описанием выполненных исследований по сегментации рынка.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед зачетом;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин бакалавриата, которые формировали УК, в целях обеспечения преемственности образования.

### 3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

| использование ЭО и ДОТ | использование ЭО и ДОТ | объем, час | включение в учебный процесс                  |
|------------------------|------------------------|------------|--|
| смешанное обучение     | лекции                 | 18         | в соответствии с расписанием учебных занятий |
|                        | практические занятия   | 18         |  |

#### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций

| Уровни сформированности компетенции(-й) | Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации | Показатели уровня сформированности   |                                       |  |
|---|---|---|--|---------------------------------------|--|
|   |   |   | универсальной(-ых) компетенции(-й)   | общепрофессиональной(-ых) компетенций | профессиональной(-ых) компетенции(-й)  |
|   |   |   | УК-1<br>ИД-УК-1.2<br>УК-2<br>ИД-УК-2.1<br>ИД-УК-2.2  |                                       | ПК-6<br>ИД-ПК-6.3  |
| высокий                                 |   | зачтено   | Обучающийся на высоком уровне:<br>- выдвигает варианты решения проблемных ситуаций в области сегментации рынка;<br>- использует различные источники информации, такие как онлайн-ресурсы, книги, статьи, консультации с экспертами для решения вопросов связанных с сегментацией рынка;<br>- определяет главную цель проекта в области сегментации рынка и смежных вопросов, задачи, актуальность и сферы применения результатов;<br>- выделяет этапы работы над проектом по сегментации рынка и смежным вопросам; |                                       | Обучающийся на высоком уровне :<br>– выявляет и формулирует проблемные ситуации при анализе и решении вопросов по сегментации рынка, в том числе с применением командного взаимодействия и мозгового штурма. |
| повышенный                              |   | зачтено   | Обучающийся на повышенном уровне:<br>-выдвигает решения проблемных ситуаций в области сегментации  |                                       | Обучающийся:<br>-выявляет и формулирует отдельные элементы проблемных ситуаций при   |

|         |  |            |   |  |  |
|---------|--|------------|---|--|--|
|         |  |            | <p>рынка, но допускает неточности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-использует ограниченное число видов источников информации для решения вопросов, связанных с сегментацией рынка;</li> <li>-определяет цель проекта в области сегментации рынка и смежных вопросов, задачи, актуальность и сферы применения результатов и шаги для ее достижения, но делает это с нарушением логической последовательности;</li> <li>-выделяет этапы работы над проектом по сегментации рынка;</li> </ul>  |  | <p>анализе и решении вопросов по сегментации рынка, в том числе с применением командного взаимодействия и мозгового штурма.</p>  |
| базовый |  | зачтено    | <p>Обучающийся на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-выдвигает решения проблемных ситуаций в области сегментации рынка, но эти решения не всегда правильные;</li> <li>-использует ограниченное число источников информации;</li> <li>-не правильно трактует цель проекта в области сегментации рынка и смежных вопросов;</li> <li>-выделяет этапы работы над проектом по сегментации рынка, но делает это в недочетами;</li> </ul>   |  | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- плохо идентифицирует и не четко выявляет и формулирует проблемные ситуации при анализе и решении вопросов по сегментации рынка, действует единолично без командного взаимодействия и мозгового штурма.</li> </ul> |
| низкий  |  | не зачтено | <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</li> <li>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами;</li> <li>– выполняет задания шаблона, без проявления творческой инициативы;</li> <li>– отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы;</li> </ul> |  |  |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  |  | – отражает неэффективность коммуникации с представителями других культурных и языковых сообществ. |
|--|--|--|---|

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Сегментация рынка» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

### 5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

| № пп | Формы текущего контроля  | Примеры типовых заданий  |
|------|--|--|
| 1.   | Устная дискуссия по теме «Изучение основных интернет ресурсов, необходимых для анализа промышленных коллекций, выявления модных тенденций и предпочтений потребителей для последующей сегментации рынка» | Вопросы для обсуждения:<br>1. Анализ цифровых ресурсов.<br>2. Систематизация по видам используемой информации.<br>3. Цвет. Тенденции. Предпочтения.<br>4. Экономические показатели.  |
| 2.   | Домашнее задание 1 по теме «Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений выделенной целевой группы для сегментации рынка»   | Составить анкету по определению предпочтений потребителя из 10-15 вопросов. Анкетирование потребителей выполняется с целью определения спроса на планируемую коллекцию.<br>Анкетирование направлено на тестирование рынка - в анкету включают вопросы для: <ul style="list-style-type: none"> <li>• определения возможностей рынка планируемого ассортимента,</li> <li>• изучение предпочтений выбора отечественного или импортного производителя,</li> <li>• позиционирование определенных брендов товаров, торговых точек, имени дизайнера и т.п.,</li> <li>• выбор наиболее привлекательной концепции новой коллекции,</li> <li>• изучение предпочтений потребителей</li> <li>• изучение цен и стоимостной политики.</li> </ul> Разместить анкету на ресурсе «анкетолог». Прислать преподавателю ссылку для проверки выполнения<br><b>Темы для составления анкет должны соответствовать теме ВКР, например:</b><br>1. Разработка коллекции зимней одежды для девочек младшего школьного возраста. |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <ol style="list-style-type: none"><li>1. 2. Разработка коллекции детской одежды.</li><li>2. Разработка коллекции одежды с термостойкими свойствами</li><li>3. Разработка коллекции одежды с использованием армянских этнических мотивов</li><li>4. Разработка коллекции одежды для женщин с мастэктомией</li><li>5. Разработка коллекции одежды для спортсменов- бодибилдеров</li><li>6. Разработка коллекции одежды со светящимися материалами</li><li>7. Разработка коллекции зимней детской одежды</li><li>8. Разработка коллекции мужской спортивной одежды</li><li>9. Разработка коллекции женской нарядной одежды</li><li>10. Разработка коллекции с использованием меховых отделочных элементов</li><li>11. Разработка коллекции детской летней одежды</li><li>12. Разработка коллекции одежды для собак.</li><li>13. Разработка коллекции одежды с улучшенными ветрозащитными характеристиками</li><li>14. Разработка коллекции женской одежды класса Люкс</li><li>15. Разработка коллекции мужских сорочек поло.</li></ol> <p><b>Пример выполнения</b><br/><b>Ссылка должна выглядеть следующим образом</b><br/><a href="https://anketolog.ru/s/179511/CVXBN0my">https://anketolog.ru/s/179511/CVXBN0my</a></p> |
|--|--|--|

|  |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
|--|--|---|-----------------|---------|---------|-----------------|-----------|---------------|-------------------------|--------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|---------------------|-----------------|---------|---------|-----------------|----------|--------------------|-------------------|-------------|-----------------|------------|--|---------------|--------------|--------|----------------|--------------------|-------------------|--|---------------|--------|
|  |  | <p>1. Укажите Ваше пол</p> <table border="1"> <tr><td><b>Варианты</b></td></tr> <tr><td>Мужской</td></tr> <tr><td>Женский</td></tr> </table> <p>2. Откуда Вы?</p> <table border="1"> <tr><td><b>Варианты</b></td></tr> <tr><td>Мегаполис</td></tr> <tr><td>Крупный город</td></tr> <tr><td>Поселок городского типа</td></tr> <tr><td>Сельская местность</td></tr> </table> <p>3. Укажите уровень Вашего дохода</p> <table border="1"> <tr><td><b>Варианты</b></td></tr> <tr><td>До 20 тыс.рублей</td></tr> <tr><td>До 30 тыс.рубле</td></tr> <tr><td>До 40 тыс.рублей</td></tr> <tr><td>Свыше 40 тыс.рублей</td></tr> </table> <p>4. Пол вашего ребенка (Вариантов ответа может быть несколько)?</p> <table border="1"> <tr><td><b>Варианты</b></td></tr> <tr><td>Мальчик</td></tr> <tr><td>Девочка</td></tr> </table> <p>5. Укажите возраст Вашего ребенка (Может быть несколько ответов)</p> <table border="1"> <tr><td><b>Варианты</b></td></tr> <tr><td>До 6 мес</td></tr> <tr><td>От 7 мес. до 3 лет</td></tr> <tr><td>От 4 лет до 7 лет</td></tr> <tr><td>Свыше 7 лет</td></tr> </table> <p>6. Какого вида зимнюю верхнюю одежду Вы выбираете для своих детей?</p> <table border="1"> <tr><td><b>Варианты</b></td></tr> <tr><td>Комбинезон</td></tr> <tr><td>Комплект (куртка брюки, куртка-полукомбинезон)</td></tr> <tr><td>Только куртка</td></tr> <tr><td>Шуба, пальто</td></tr> <tr><td>Другое</td></tr> </table> <p>7. Где Вы предпочитаете покупать верхнюю зимнюю одежду для своих детей? (Вариантов ответа может быть несколько)</p> <table border="1"> <tr><td><b>Вариант</b></td></tr> <tr><td>Фирменные магазины</td></tr> <tr><td>Интернет-магазины</td></tr> <tr><td>Предпочитаю брать б/у одежду известных брендов</td></tr> <tr><td>Рынок ярмарка</td></tr> <tr><td>Другое</td></tr> </table> | <b>Варианты</b> | Мужской | Женский | <b>Варианты</b> | Мегаполис | Крупный город | Поселок городского типа | Сельская местность | <b>Варианты</b> | До 20 тыс.рублей | До 30 тыс.рубле | До 40 тыс.рублей | Свыше 40 тыс.рублей | <b>Варианты</b> | Мальчик | Девочка | <b>Варианты</b> | До 6 мес | От 7 мес. до 3 лет | От 4 лет до 7 лет | Свыше 7 лет | <b>Варианты</b> | Комбинезон | Комплект (куртка брюки, куртка-полукомбинезон) | Только куртка | Шуба, пальто | Другое | <b>Вариант</b> | Фирменные магазины | Интернет-магазины | Предпочитаю брать б/у одежду известных брендов | Рынок ярмарка | Другое |
| <b>Варианты</b>                                |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Мужской  |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Женский  |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| <b>Варианты</b>                                |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Мегаполис                                      |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Крупный город                                  |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Поселок городского типа                        |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Сельская местность                             |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| <b>Варианты</b>                                |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| До 20 тыс.рублей                               |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| До 30 тыс.рубле                                |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| До 40 тыс.рублей                               |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Свыше 40 тыс.рублей                            |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| <b>Варианты</b>                                |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Мальчик  |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Девочка  |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| <b>Варианты</b>                                |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| До 6 мес                                       |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| От 7 мес. до 3 лет                             |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| От 4 лет до 7 лет                              |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Свыше 7 лет                                    |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| <b>Варианты</b>                                |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Комбинезон                                     |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Комплект (куртка брюки, куртка-полукомбинезон) |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Только куртка                                  |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Шуба, пальто                                   |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Другое   |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| <b>Вариант</b>                                 |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Фирменные магазины                             |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Интернет-магазины                              |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Предпочитаю брать б/у одежду известных брендов |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Рынок ярмарка                                  |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |
| Другое   |  |   |                 |         |         |                 |           |               |                         |                    |                 |                  |                 |                  |                     |                 |         |         |                 |          |                    |                   |             |                 |            |  |               |              |        |                |                    |                   |  |               |        |

8. На что Вы обращаете внимание при выборе зимней верхней одежды для своих детей? (Варианты ответов расположите по значимости)

| Варианты  |
|---|
| Сырьевой состав ткани   |
| Качество технологической обработки  |
| Удобство в использовании и уходе  |
| Цвет  |
| Цена  |
| Производитель   |
| Бренд   |
| Наличие <u>определённых</u> деталей (манжеты, воротник, ветрозащитная планка, сигнальные элементы и т.д.) |

9. Что по Вашему должно быть обязательно в детской зимней верхней одежде?

|                                  | Да | Нет | Затрудняюсь ответить |
|----------------------------------|----|-----|----------------------|
| Капюшон                          |    |     |                      |
| Мех на капюшоне                  |    |     |                      |
| Манжеты                          |    |     |                      |
| Карманы                          |    |     |                      |
| Ветрозащитная планка             |    |     |                      |
| Трикотажный воротничок на куртке |    |     |                      |
| Пояс с резинкой                  |    |     |                      |
| Сигнальные элементы              |    |     |                      |

10. Ткань какой расцветки для зимней верхней одежды для своих детей Вы предпочли бы? (Вариантов ответа может быть несколько)

| Варианты                 |
|--------------------------|
| Однотонная темных тонов  |
| Однотонная светлых тонов |
| С рисунком               |

11. Какой утеплитель в зимней верхней одежде для своих детей Вы предпочитаете?

| Варианты   |
|--|
| Пух/перо   |
| Синтепон   |
| Современные утеплители ( <u>изософт, тинсулейт</u> и т.д.) |
| Другое   |

12. Обращаете ли Вы внимание на толщину утеплителя в зимней верхней одежде?

| Варианты             |
|----------------------|
| Да                   |
| Нет                  |
| Затрудняюсь ответить |



13. Какую сумму Вы готовы потратить на зимнюю верхнюю одежду для своих детей?

| Варианты                    |
|-----------------------------|
| До 2 тыс. рублей            |
| От 3 тыс. до 5 тыс. рублей  |
| От 6 тыс. до 10 тыс. рублей |
| Свыше 10 тыс. рублей        |

Выполнение обработки и анализ результатов анкетирования.

Пример выполнения

По результатам анкетирования с помощью сайт <https://anketolog.ru/> было опрошено 102 человека, где 91,1% опрошены женского пола (рис.3).

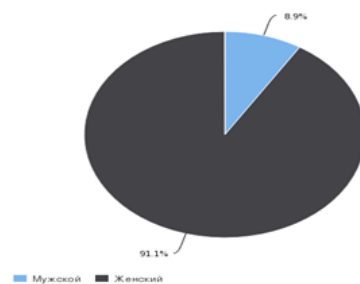


Рисунок 3 – Пол респондентов

Так же выяснилось, что большинство проживает с мегаполисе или крупных городах (рис.4).

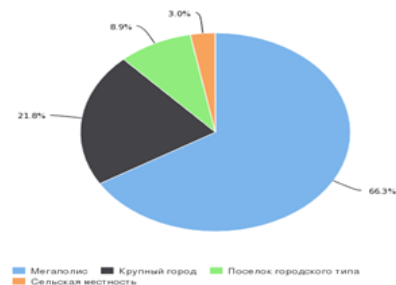
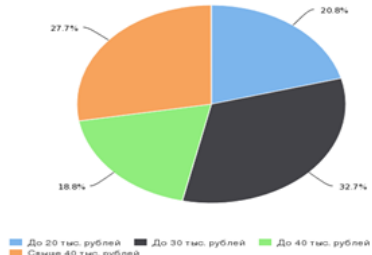
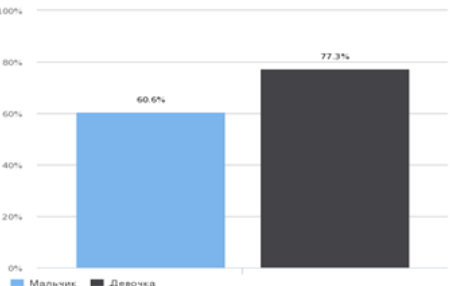


Рисунок 4 – Место проживания респондентов

|           |  |  |
|-----------|--|--|
|           |  | <p>Согласно анкетированию мнения разделились, что может свидетельствовать о том, что доход является средним (рис.5).</p>  <p>Рисунок 5 – Уровень дохода семьи</p> <p>После обработки результатов было выяснено, что во многих семьях по несколько детей (рис.6). В основном это дети дошкольного возраста (до 7 лет (рис. 7)</p>  <p>Рисунок 6 – Пол ребенка</p> |
| <p>3.</p> | <p>Презентация по теме «Методы проведения анализа промышленных коллекций - аналогов на основе выделения композиционно-конструктивных признаков, конструктивных и конструктивно-декоративных элементов создания объемной формы в моделях изделий, входящих в коллекцию»</p> | <p>1. Подготовка презентации<br/>         Проанализировать позиционирование на рынке трех разных производителей одежды: крупного, среднего, мелкого.<br/>         2. Разработать позиционирование разработанной коллекции на рынке по следующим элементам:<br/>         Концепция<br/>         Миссия<br/>         Целевая аудитория<br/>         Обещание бренда<br/>         Сообщения бренда</p>  |

Ценности бренда

Слоган

3. Разработать презентацию, каждый слайд, которой отражает перечисленные элементы.

Примерные темы приведены в Кейс-Задаче.

Пример выполнения Презентации.

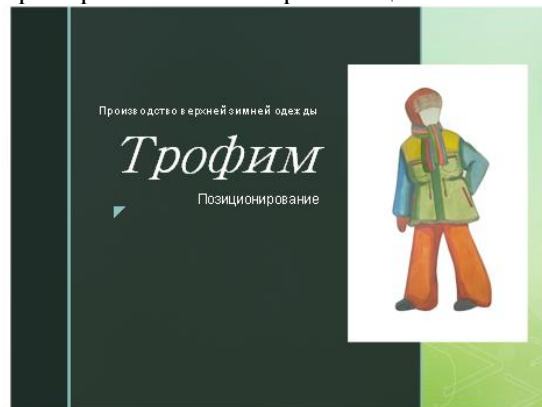


Рисунок 1 – Позиционирование



Рисунок 2 - Концепция

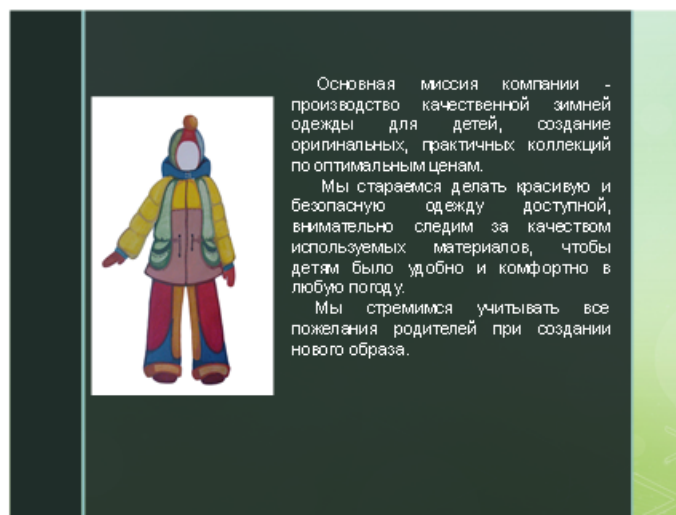


Рисунок 3 - Миссия

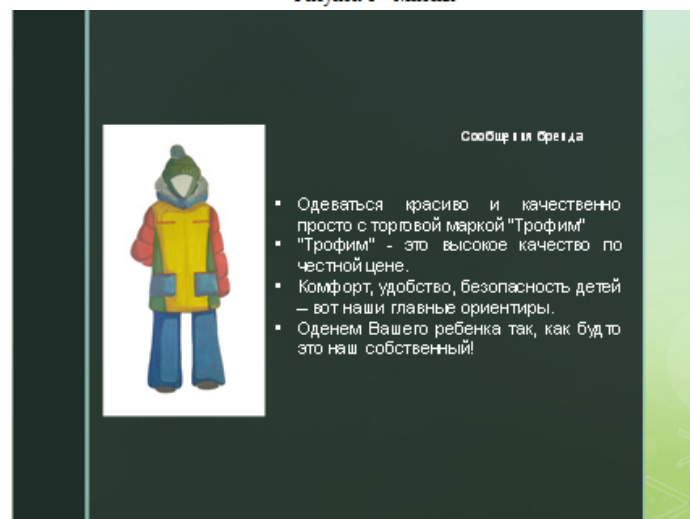


Рисунок 6 – Сообщения бренда

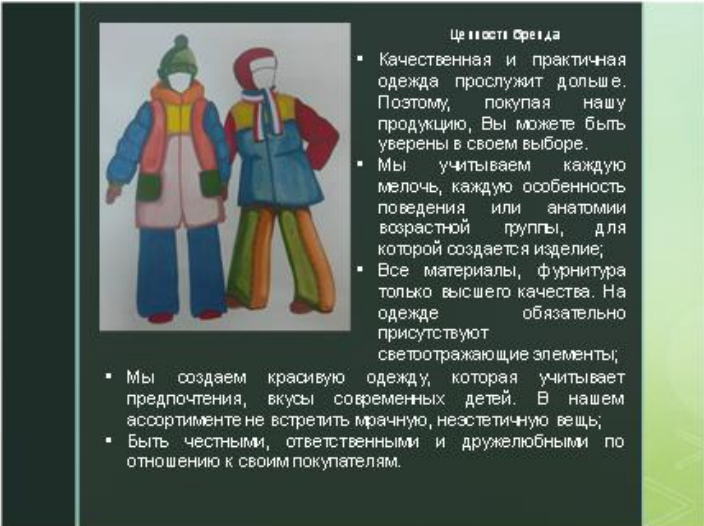
|    |  |  |
|----|--|--|
|    |  |  <p><b>Ценности бренда</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Качественная и практичная одежда прослужит дольше. Поэтому, покупая нашу продукцию, Вы можете быть уверены в своем выборе.</li> <li>▪ Мы учитываем каждую мелочь, каждую особенность поведения или анатомии возрастной группы, для которой создается изделие;</li> <li>▪ Все материалы, фурнитура только высшего качества. На одежде обязательно присутствуют светоотражающие элементы;</li> <li>▪ Мы создаем красивую одежду, которая учитывает предпочтения, вкусы современных детей. В нашем ассортименте не встретите мрачную, неэстетичную вещь;</li> <li>▪ Быть честными, ответственными и дружелюбными по отношению к своим покупателям.</li> </ul> |
| 4. | <p>Домашнее задание 2 по теме «Выделение типовых базовых форм. Сегментация рынка и ассортимент политика на основе выделения унифицированных предметов гардероба и рациональных норм потребления»</p> | <p><b>Цель работы:</b> Изучение способов продвижения коллекций в интернете</p> <p><b>Задание:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подобрать способ продвижения коллекций в интернете</li> <li>2. Выбрать платформу для создания сайта компании</li> <li>3. Изучить правила создания сайта</li> <li>4. Создать сайт компании</li> </ol> <p><b>Пример выполнения</b></p>   |

Рисунок 7 – Ценности бренда



Рисунок 5 – Домашняя страница сайта



Рисунок 6 – Домашняя страница сайта (продолжение)

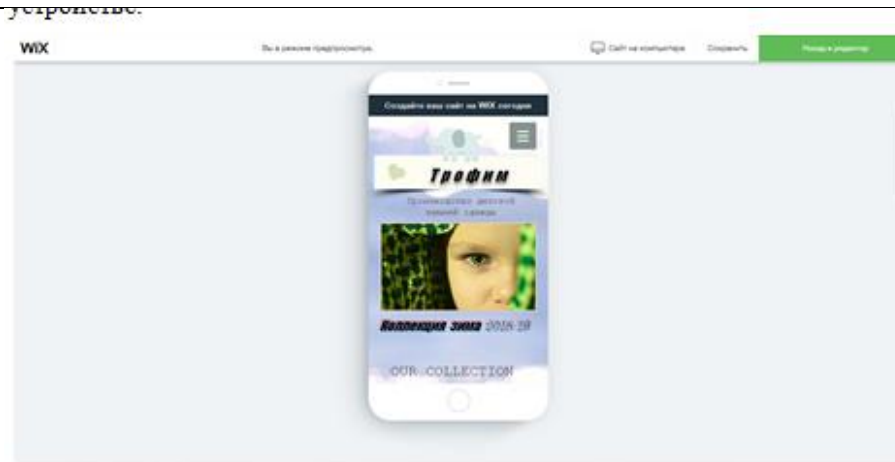


Рисунок 7 – Внешний вид главной страницы сайта на мобильном устройстве

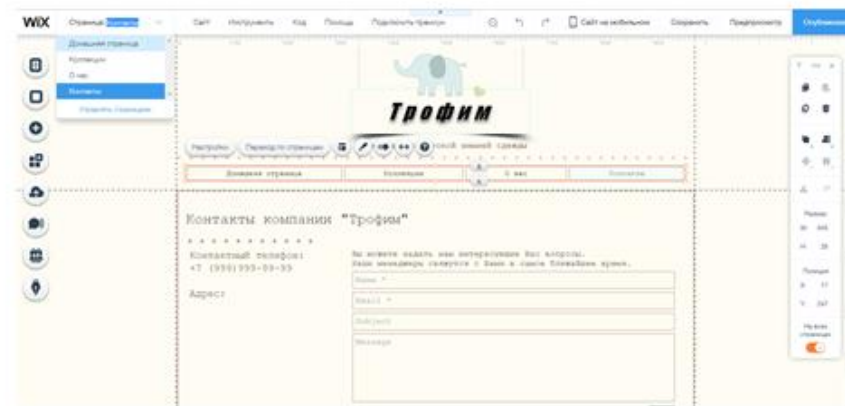


Рисунок 8 – Управление вкладками сайта



Рисунок 9 – Вкладка «коллекции»

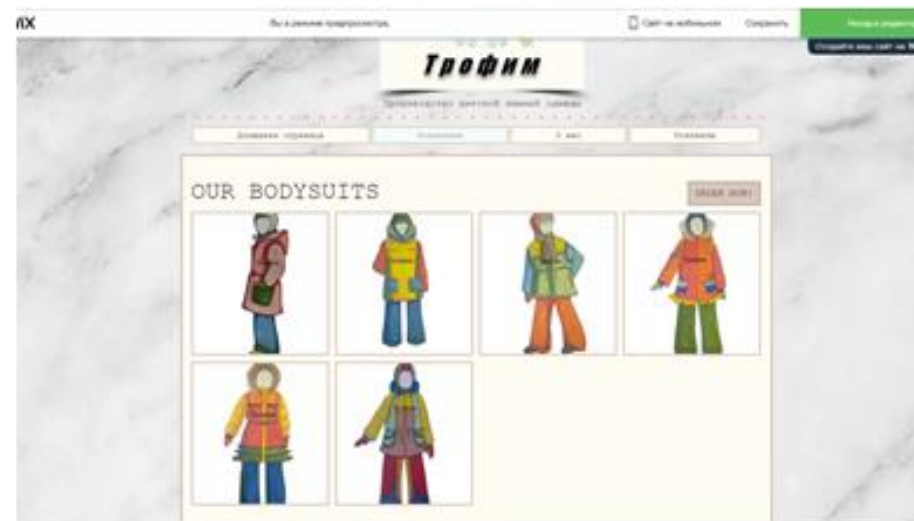
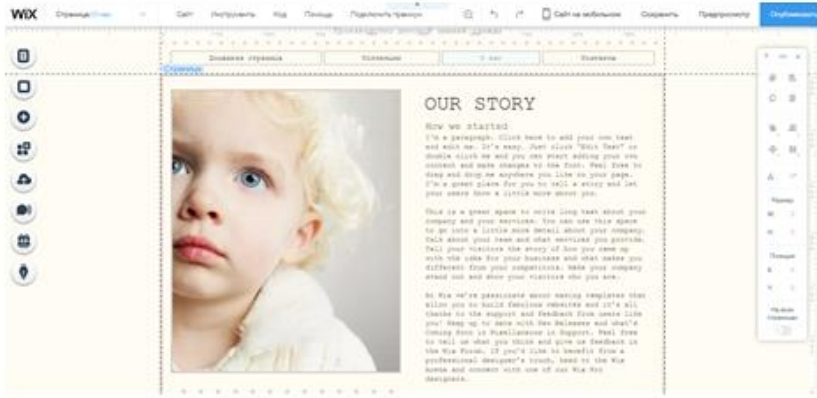


Рисунок 10 – Вкладка «коллекции»



|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   |  <p data-bbox="1070 596 1346 619">Рисунок 11 – Вкладка «О нас»</p>  |
| 5. | <p>Домашнее задание 3 по теме «Разработка позиционирования коллекции на рынке по следующим элементам: Концепция, Миссия, Целевая аудитория. Обещание бренда, Сообщения бренда, Ценности бренда, Слоган»</p> | <p><b>Портфолио включает творческий альбом, который содержит следующие элементы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Актуальность темы визуальное обоснование.</li> <li>2. Анализ предпочтений потребителей</li> <li>3. Анализ моделей-аналогов</li> <li>4. Лист с описанием мер по продвижению коллекции</li> </ol> <p>Пример выполнения Портфолио</p> <p><b>1.Определение актуального направления , так называемой «ниши»</b></p> |

## Определение актуального направления

### История трикотажа и принтов

Автор: Феррейра Д.Э.,  
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

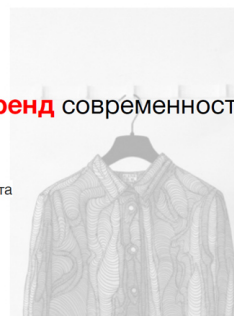


2. **Разработка сообщения потребителю**, которое приводит к желанию почувствовать себя в предлагаемой одежде модным.

### Сообщение потребителю

Одежда с принтами — **тренд** современности

Использование различных орнаментов и рисунков — это не просто тренд, а примета нашего времени.



Автор: Феррейра Д.Э.,  
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

Зашифровано сообщение потребителю  
«Покупайте эту коллекцию и Вы будете в **ТРЕНДЕ**»

3. **Определение этапов воплощения коллекции в жизнь**

## Этапы разработки коллекции до продвижения

### Создание коллекции

#### 01. Поиск

- модные тренды
- исследование предпочтений ЦА
- изучение способов печати
- творческий источник

#### 02. Дизайн

- концепция коллекции
- эскизный проект
- разработка принтов и подбор материалов
- разработка проектно-конструкторской документации

На успешное продвижение влияет верное определение целевой аудитории

**4. Выбор особых черт коллекции**, которые обеспечат единое стилевое и цветовое решение, а также ее узнаваемость у целевой аудитории

### Выбор особых черт коллекции



AU JOUR LE JOUR

Клетка



HOUSE OF HOLLAND

На успешное продвижение влияет привлекательность и запоминаемость выбранных

**5. Анализ конкурентов, определение преимуществ.**

### Анализ конкурентов, определение преимуществ



Автор: Феррейра Д.Э.,

ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

Формулировка преимуществ, которые привлекут потребителя: качество кроя, качество материалов, качество изготовления, удобство использования и т.д.

### 6. Разработка узнаваемых черт коллекции

#### Разработка узнаваемых черт коллекции



Автор: Феррейра Д.Э.,

ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

Разработка логотипов, рисунка, надписей, видов отделки, мест расположения узнаваемых элементов и т.д.

Одежда с громкими высказываниями — доминирующая тенденция уже не первый год. На показах весна-лето 2017 дизайнеры написали на футболках о том, что волнует их больше всего.

### 7. Маркетинговые исследования целевой аудитории

## Анкетирование. Маркетинговое исследование

### Исследование предпочтений целевой аудитории



65% женщин носят одежду с принтами



34% из них предпочитают геометрические орнаменты



22% хотели бы купить платье с рисованным принтом

Автор: Феррейра Д.Э.,  
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

**Верное определение ЦА позволит правильно создать ассортиментное решение коллекции и сформулировать коммуникации с потребителем**

Непосредственно перед разработкой промышленной коллекции целесообразно узнать предпочтения целевой аудитории. Определена целевая аудитория: женщина от 18 до 35 лет, живущая в крупном городе. Ведет активный образ жизни, любит посещать различные мероприятия.

## Планирование



01. Шелкография



02. Термоперенос



03. Сублимация



04. Прямая печать

Автор: Феррейра Д.Э.,  
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

**Выбор оптимального способа воплощения коллекции, с учетом планируемых затрат и получаемой прибыли**

## Выбор творческого источника

Творческий источник



## Разработка концепции коллекции. Слоган

**Концепция коллекции** — одежда на **все** случаи жизни



Автор: Феррейра Д.Э.,  
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

**Верное определение концепции позволяет точно попасть в ожидания потребителей и реализовать коллекцию с прибылью**

## Эскизный проект



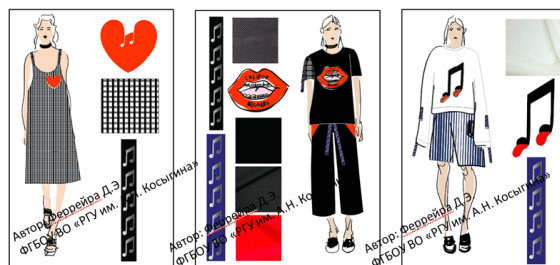
Автор: Феррейра Д.Э.  
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

Четко обозначены узнаваемые элементы коллекции: принты – полосы и клетка разного раппорта; элементы красного цвета, в виде музыкальной символики (нотки, губы-клавиатура и т.д.),

Модели разработаны на основе анализа модных тенденций, предпочтений целевой аудитории, также учтены данные об оптимальном количестве элементов летнего женского гардероба, выявленные в ходе опроса.

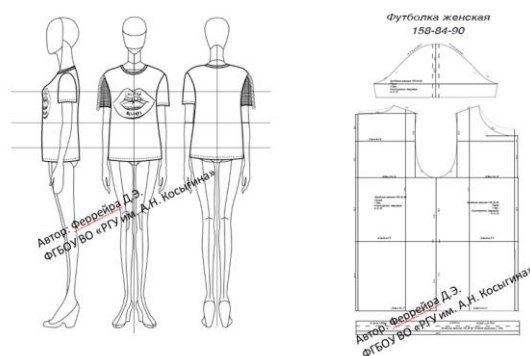
### Разработка узнаваемых элементов коллекции

#### Разработка принтов и подбор материалов



Четко обозначены узнаваемые элементы коллекции: принты – полосы и клетка разного раппорта; элементы красного цвета, в виде музыкальной символики (нотки, губы-клавиатура и т.д.), отделочные элементы синего и черного цвета с нотами

## Разработка документации



Полностью формируется состав коллекции с перечислением размеров и цветов, для обеспечения возможности выбора байеру

Завершающий этап коммуникации. Разработка стиля представления готовой коллекции: освещение, настроение, аксессуары, способы использования. Коммуникации должны вызывать желание купить коллекцию, или представить себя в ней

## Коммуникации



Автор: Феррейра Д.Э.,  
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

Разработка стиля представления готовой коллекции: освещение, настроение, аксессуары, способы использования



|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | <p style="text-align: center;"><b>Коммуникации</b></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="color: red; font-size: small;">Разработка стиля представления готовой коллекции: освещение, настроение, аксессуары, способы использования. Коммуникации должны вызывать желание купить коллекцию, или представить себя в ней</p> |  |
|--|--|---|--|

### 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания   | Шкалы оценивания     |                      |
|--|---|----------------------|----------------------|
|  |   | 100-балльная система | Пятибалльная система |
| Устный опрос   | Обучающийся активно участвует в дискуссии по заданной теме. В ходе комментариев и ответов на вопросы опирается на знания лекционного материала и знания из дополнительных источников. Использует грамотно профессиональную лексику и терминологию. Убедительно отстаивает свою точку зрения. Проявляет мотивацию и заинтересованность к работе. |                      | 5                    |
|  | Обучающийся участвует в дискуссии по заданной теме, но в ходе комментариев и  |                      | 4                    |

| Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия) | Критерии оценивания  | Шкалы оценивания     |                      |
|--|--|----------------------|----------------------|
|  |  | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|  | ответов на вопросы опирается в большей степени на остаточные знания и собственную интуицию. Использует профессиональную лексику и терминологию, но допускает неточности в формулировках.   |                      |                      |
|  | Обучающийся слабо ориентировался в материале, в рассуждениях не демонстрировал логику ответа, плохо владел профессиональной терминологией, не раскрывает суть в ответах и комментариях   |                      | 3                    |
|  | Обучающийся не участвует в дискуссии и уклоняется от ответов на вопросы.   |                      | 2                    |
| Домашнее задание   | Обучающийся не участвует в дискуссии и уклоняется от ответов на вопросы.   |                      | 5                    |
|  | Домашнее задание выполнено в полном объеме и без грамматических и лексических ошибок.  |                      | 4                    |
|  | Домашнее задание выполнено с незначительным количеством лексических и грамматических ошибок или не в полном объеме.  |                      | 3                    |
|  | Домашнее задание выполнено неполностью и содержит лексические и грамматические ошибки.   |                      | 2                    |
| Презентация  | Презентация выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений, навыков в освоении пройденных тем и применение их на практике. |                      | 5                    |
|  | Презентация выполнена полностью, но тема раскрыта недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.   |                      | 4                    |
|  | Презентация выполнена достаточно полно. Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.   |                      | 3                    |
|  | Презентация выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки. Задания по теме практического занятия не выполнены.  |                      | 2                    |

## 5.3. Промежуточная аттестация:

| Форма промежуточной аттестации            | Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:  |
|---|--|
| <p>Зачет:<br/>Письменное тестирование</p> | <p>Промежуточная аттестация в виде теста</p> <p>Банк вопросов</p> <div data-bbox="651 440 768 655"> <p>Вопрос <b>1</b><br/>         Ответ сохранен<br/>         Балл: 0,50<br/>         Отметить вопрос<br/>         Редактировать вопрос</p> </div> <div data-bbox="797 440 1933 699"> <p><b>Следует вставить верное словосочетание в верном падеже.</b></p> <p>Существует два возможных сценария при разработке новой промышленной коллекции:</p> <p>Один из сценариев - это работа по - <input type="text"/> заказчика в этом случае могут быть пропущены этапы анализа рыночной ситуации, маркетинговые исследования, так как заказчик предоставляет эти данные конструктору.</p> </div> <div data-bbox="651 727 768 963"> <p>Вопрос <b>2</b><br/>         Неполный ответ<br/>         Балл: 1,00<br/>         Отметить вопрос<br/>         Редактировать вопрос</p> </div> <div data-bbox="797 727 1933 1300"> <p>Вставьте верные определения</p> <div data-bbox="1070 775 1659 1257"> <p><b>Элементы рационального гардероба</b></p> <p>Одежда не подвержена изменениям</p> <p>Высокое качество посадки, материалов, фурнитуры</p> <p>Классические предметы одежды</p> <p>Предметы одежды и аксессуары, разделённые по сезонам</p> <p>модный</p> <p>ультрамодные предметы одежды и аксессуары</p> <p>базовый</p> <p>Повседневный, торжественный, деловой, домашний, спортивный ...</p> <p>сезонный</p> <p>ситуационный</p> </div> <p>Ваш ответ не полный. Пожалуйста, перетащите каждый элемент в соответствующую зону.</p> </div> |

Вопрос 3

Пока нет ответа

Балл: 1,00

Отметить  
вопросРедактировать  
вопрос**Вставьте пропущенные слова**

При проектировании коллекции учитывают:

- соответствие  моды, новизна модели и конструкции;
- соответствие требованиям заказчика и производственным условиям;
- совершенство формы и силуэтного решения;
- безукоризненность пропорциональных соотношений основных частей изделия;
- согласованность форм основных частей изделия (верха и юбки, «стана» и рукавов);
- согласованность  элементов по форме и размерам с моделью в целом;
- удобство  ;
- универсальность конструкции при оценке антропометрического соответствия (для изделий массового производства);

Вопрос 4

Пока нет ответа

Балл: 1,00

Отметить  
вопросРедактировать  
вопрос

Что такое помехи в процессе коммуникации с потребителем Вашей коллекции

Выберите один ответ:

- 1. каналы связи, через которые сообщение передается от отправителя к получателю
- 2. процесс, в котором получатель выявляет значение символов, кодируемых отправителем.
- 3. незапланированное искажение в процессе коммуникации, например, потребитель принимает программу телевидения с искажениями или отвлекается членами своей семьи при просмотре рекламного ролика
- 4. реакции получателя после того, как он был подвергнут рекламному сообщению
- 5. набор символов, которые передает отправитель

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | <p>Вопрос <b>5</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 1,00<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p><b>Вставьте верно пропущенные слова</b></p> <p><input type="text"/> коллекции состоят из <input type="text"/>, разработанных на одной <input type="text"/> конструкции.</p> |  |
|--|--|--|--|

## Вопрос 6

Пока нет ответа

Балл: 1,00

 Отметить вопрос


Редактировать вопрос

**ВЫБЕРИТЕ ВЕРНЫЕ СЛОВА И ВСТАВЬТЕ НА МЕСТО ПРОПУЩЕННЫХ.**

коллекция разрабатывается с учетом требований, предъявляемых конкретными . Это может быть коллекция школьной формы, коллекции формы муниципальной милиции, коллекции одежды для работников городского муниципального хозяйства и т.д.








## Вопрос 7

Пока нет ответа

Балл: 1,00

 Отметить вопрос


Редактировать вопрос

**Технологичность конструкции изделия** — это совокупность свойств конструкции изделия, обеспечивающих оптимальные затраты труда, средств, материалов и времени при подготовке производства, изготовлении, эксплуатации и ремонте.

Выберите один ответ:

- Верно
- Неверно

## Вопрос 8

Пока нет ответа

Балл: 1,00

 Отметить вопрос


Редактировать вопрос

 Выберите верное описание к термину **Авторская коллекция**

Выберите один ответ:

- демонстрирует авторскую индивидуальную творческую концепцию дизайнера
- несет в себе концепцию развития моды, показывает новейшие идеи в работе с конструкциями, особенностями кроя, технологиями изготовления моделей
- развивает и отрабатывает перспективные тенденции, продемонстрированные ранее в коллекциях класса «прет-а-порте»
- коллекция включает модели, рассчитанные на внедрение в производство
- состоит из групп моделей, разработанных на одной базовой форме и конструктивной основе

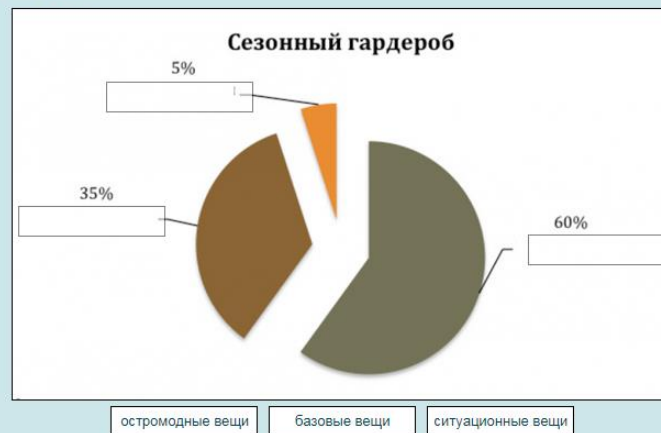
Вопрос **9**

Пока нет ответа

Балл: 1,00

Отметить  
вопросРедактировать  
вопрос

Вставьте определения на верное место

Вопрос **10**

Пока нет ответа

Балл: 1,00

Отметить  
вопросРедактировать  
вопрос

Кодирование - процесс преобразования мысли в символическую форму.

Выберите один ответ:

- Верно
- Неверно

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | <p>Вопрос <b>11</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 1,00<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p><b>Агрегатирование</b> - один из методов стандартизации, заключающийся в создании различных изделий путем их компоновки (сборки) из ограниченного количества стандартных или унифицированных деталей и узлов, обладающих геометрической и функциональной взаимозаменяемостью</p> <p>Выберите один ответ:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Верно</li><li><input type="radio"/> Неверно</li></ul> |  |
|  | <p>Вопрос <b>12</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 1,00<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p>Утверждение:</p> <p><b>Целевая аудитория</b> - это потенциальные покупатели и потребители которые принимают решение о покупке, или те, кто влияет на это.</p> <p>Выберите один ответ:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Верно</li><li><input type="radio"/> Неверно</li></ul>  |  |
|  | <p>Вопрос <b>13</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 0,50<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p><b>Следует вставить верное словосочетание в верном падеже.</b></p> <p>Существует два возможных сценария при разработке новой промышленной коллекции:</p> <p>Один из сценариев - это работа над коллекцией на основе <input type="text"/> источника.</p>  |  |



|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p>Вопрос <b>14</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 1,00<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p><b>Отработка на технологичность</b> - один из методов стандартизации, заключающийся в создании различных изделий путем их компоновки (сборки) из ограниченного количества стандартных или унифицированных деталей и узлов, обладающих геометрической и функциональной взаимозаменяемостью</p> <p>Выберите один ответ:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Верно</li><li><input type="radio"/> Неверно</li></ul> |  |
|  | <p>Вопрос <b>15</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 1,00<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p>Ситуационный гардероб – набор предметов одежды, используемый для определенных целей, в котором все предметы сочетаются между собой по цвету и стилю.</p> <p>Выберите один ответ:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Верно</li><li><input type="radio"/> Неверно</li></ul>  |  |

## Вопрос 16

Пока нет ответа

Балл: 0,50

Отметить  
вопросРедактировать  
вопрос**Вставьте верный ответ в правильном падеже.**

При проектировании коллекции учитывают:

– соответствие  моды, новизну модели и конструкции;

## Вопрос 17

Пока нет ответа

Балл: 0,50

Отметить  
вопросРедактировать  
вопрос

Подберите верный термин для каждого определения

**Типы целевых аудиторий**

Означает группу людей, непосредственно принимающих решение о необходимости приобретения товара или услуги. Является инициатором совершения покупки.



Может участвовать в процессе покупки, не является инициатором необходимости приобретения конкретного товара или услуги. Обладает более низким приоритетом для коммуникации бренда.

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p>Вопрос <b>18</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 1,00<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p>Выберите все верные ответы.<br/><b>Специальная коллекция - это</b></p> <p>Выберите один или несколько ответов:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> коллекция изделий специального назначения</li><li><input type="checkbox"/> коллекция, которая развивает и обрабатывает перспективные тенденции, продемонстрированные ранее в коллекциях класса «прет-а-порте»</li><li><input type="checkbox"/> коллекция, которая состоит из групп моделей, разработанных на одной базовой форме и конструктивной основе</li><li><input type="checkbox"/> коллекция, которая разрабатывается с учетом требований, предъявляемых конкретными заказчиками</li></ul> |  |
|  | <p>Вопрос <b>19</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 0,50<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p><b>Вставьте верное определение</b></p> <p>“ <input type="text"/> ” – это серия моделей костюмов, объединенных общей идеей, эмоционально-художественной выразительностью образа, единством стиля, формы, цветового решения и применяемых материалов.</p>   |  |
|  | <p>Вопрос <b>20</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 1,00<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p>Выберите все верные ответы<br/><b>Целевая аудитория - это</b></p> <p>Выберите один или несколько ответов:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> индивидуумы разного социального положения, проживающие в разных регионах</li><li><input type="checkbox"/> существующие покупатели продукта компании</li><li><input type="checkbox"/> группа людей, объединенных общими интересами в музыке</li></ul>   |  |

## Вопрос 21

Пока нет ответа

Балл: 1,00

Отметить  
вопросРедактировать  
вопрос

Найдите верное описание к заданным понятиям

**Коллекция**«прет-а-  
порте»

Выберите...

**Перспективная  
коллекция**

Выберите...

## Вопрос 22

Пока нет ответа

Балл: 0,50

Отметить  
вопросРедактировать  
вопрос**Вставьте пропущенные слова**

При проектировании коллекции учитывают:


- соответствие направлению моды, новизна  и конструкции;
- соответствие  заказчика и производственным условиям;
- совершенство формы и  решения;
- безукоризненность пропорциональных соотношений основных частей изделия;
- согласованность форм основных частей изделия (верха и юбки, «стана» и рукавов);
- согласованность декоративных элементов по форме и размерам с моделью в целом;
- удобство пользования;
- универсальность конструкции при оценке антропометрического соответствия (для изделий массового производства);

Вопрос **23**

Пока нет ответа

Балл: 1,00

 Отметить вопрос

 Редактировать вопрос

Расставьте признаки целевой аудитории в верном порядке

### Признаки для объединения потребителей в целевую аудиторию

Целевая аудитория продукта представляет собой конкретный потребительский сегмент рынка или группу таких сегментов, соответственно любой целевой аудитории свойственны признаки и характеристики, которые являются общими для каждого ее представителя. Признак для объединения потребителей в целевую аудиторию:

например, целевая аудитория — это жители Восточной Европы;

например, целевая аудитория — женщины в возрасте 20-30 лет со средним доходом, занимающие должности средне-статистического офисного сотрудника

Например, целевая аудитория — люди, которые стремятся к самовыражению и самоутверждению в обществе

например, целевая аудитория — люди, которые покупают именно эту модель 1 или менее раз, тип реакции на воздействие по отношению к стилю, искусству

 Поведенческий

 Географический


 Социально-демографический

 Психографический
Вопрос **24**

Пока нет ответа

Балл: 1,00


 Отметить вопрос

 Редактировать вопрос

Унификация конструкций изделий -уменьшение многообразия существующих видов, типов и типоразмеров изделий одинакового функционального назначения.

Выберите один ответ:

- Верно  
 Неверно

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | <p>Вопрос <b>25</b><br/>Пока нет ответа<br/>Балл: 1,00<br/>Отметить вопрос<br/>Редактировать вопрос</p> | <p>Расставьте в верной последовательности на шкале .</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Чем руководствоваться при выборе шрифта</p> <p><b>Время</b></p>  <p>Будущее    Современность    Традиции</p> </div> |  |
|--|---|---|--|

#### 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

| Форма промежуточной аттестации   | Критерии оценивания  | Шкалы оценивания     |                    |
|----------------------------------|--|----------------------|--------------------|
| Наименование оценочного средства |  | 100-балльная система | Зачтено/не зачтено |
| Зачет                            | Обучающийся знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, тестирование выполнил на 65% и более.   |                      | зачтено            |
|                                  | Обучающийся не знает основных определений, не последователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, тестирование выполнил на 64% и менее. |                      | не зачтено         |

### 5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

| Форма контроля  | 100-балльная система | Пятибалльная система |
|---|----------------------|----------------------|
| Текущий контроль:   |                      |                      |
| - домашнее задание  |                      | 2 – 5                |
| - устный опрос  |                      | 2 – 5                |
| - презентация   |                      | 2 – 5                |
| Промежуточная аттестация<br>зачет (письменное тестирование) |                      | зачтено / не зачтено |
| <b>Итого за семестр</b>                                     |                      |                      |

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- групповые дискуссии;
- преподавание дисциплины на основе результатов научных исследований;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

## 7. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При

необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

| Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.   | Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. |
|--|--|
| <b>119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1, строение 3, ауд.1453</b>  |  |
| аудитории для проведения занятий лекционного типа  | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:<br>– ноутбук;<br>– проектор;<br>– экран.          |
| аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, по практической подготовке, групповых и индивидуальных консультаций | комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории:<br>– ноутбук;<br>– проектор;<br>– экран.          |
| <b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>  | <b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>   |
| читальный зал библиотеки   | – компьютерная техника;<br>– подключение к сети «Интернет».  |



Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

| Необходимое оборудование   | Параметры                       | Технические требования  |
|--|---------------------------------|---|
| Персональный компьютер/<br>ноутбук/планшет,<br>камера,<br>микрофон,<br>динамики,<br>доступ в сеть Интернет | Веб-браузер                     | Версия программного обеспечения не ниже:<br>Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79,<br>Яндекс. Браузер 19.3 |
|  | Операционная система            | Версия программного обеспечения не ниже:<br>Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux                            |
|  | Веб-камера                      | 640x480, 15 кадров/с  |
|  | Микрофон                        | любой   |
|  | Динамики (колонки или наушники) | любые   |
|  | Сеть (интернет)                 | Постоянная скорость не менее 192 кБит/с   |

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| № п/п  | Автор(ы)   | Наименование издания  | Вид издания (учебник, УП, МП и др.) | Издательство                 | Год издания | Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)             | Количество экземпляров в библиотеке Университета |
|--|--|---|-------------------------------------|------------------------------|-------------|---|--|
| <b>10.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>       |  |   |                                     |                              |             |   |  |
| 1.   | Рогожин А.Ю.,<br>Гусева М.А.,<br>Лунина Е.В.,<br>Петросова И.А.,<br>Андреева Е.Г.,<br>Гетманцева В.В | Проектирование швейных изделий в САПР. Модульное проектирование в параметрической САПР.           | Учебное пособие                     | М.: МГУДТ                    | 2016        | <a href="http://znanium.com/catalog/product/966582">http://znanium.com/catalog/product/966582</a> | -  |
| 2.   | Рогожин А.Ю.<br>Гусева М.А.,<br>Лунина Е.В.  | Конструирование и моделирование изделий в САПР. Лабораторный практикум.                           | Учебное пособие                     | М.: НИЦ ИНФРА-М              | 2014        | <a href="http://znanium.com/catalog/product/966536">http://znanium.com/catalog/product/966536</a> | -  |
| 3.   | Рогожин А.Ю.,<br>Гусева М.А.,<br>Лунина Е.В.,<br>Петросова И.А.,<br>Андреева Е.Г.,<br>Гетманцева В.В | Проектирование швейных изделий в САПР. Конспект лекций  | Учебное пособие                     | М.: МГУДТ                    | 2016        | <a href="http://znanium.com/catalog/product/961356">http://znanium.com/catalog/product/961356</a> | -  |
| 4.   | Рыкова Е.С.,<br>Рябова Е.А.,<br>Фукин В.А.   | Выявление исторических прототипов современной моды в обуви и закономерностей ее развития          | Учебное пособие                     | М.: МГУДТ                    | 2011        | Локальная сеть РГУ им. А.Н. Косыгина  | -  |
| <b>10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b> |  |   |                                     |                              |             |   |  |
| 1.   | Андреева Е.Г.,<br>Лунина Е.В.,<br>Петросова И.А.,<br>Гусева М.А.,<br>Гетманцева В.В.,                | Научные исследования и разработки в области конструирования швейных изделий. Монография. Книга 1. | Монография                          | М.: Издательство «Спутник +» | 2016        | <a href="http://znanium.com/catalog/product/427176">http://znanium.com/catalog/product/427176</a> | -  |

|    |   |  |                    |  |      |   |   |
|----|---|--|--------------------|--|------|---|---|
|    | Базаев Е.М.,<br>Шпачкова и др.  |  |                    |  |      |   |   |
| 2. | Гусева М.А.,<br>Петросова И.А.,<br>Андреева Е.Г.,<br>Гетманцева В.В.,<br>Лунина Е.В.                  | Разработка проектно-<br>конструкторской<br>документации на новые<br>модели   | Учебное<br>пособие | М.: РГУ им. А.Н.<br>Косыгина,  | 2017 | <a href="http://biblio.kosygin-rgu.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&amp;view=irbis&amp;Itemid=108">http://biblio.kosygin-rgu.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&amp;view=irbis&amp;Itemid=108</a> | - |
| 3. | Гусева М.А.,<br>Рогожин А.Ю.,<br>Лунина Е.В.,<br>Петросова И.А.,<br>Андреева Е.Г.,<br>Гетманцева В.В. | Проектирование швейных<br>изделий в САПР.<br>Конструирование и<br>моделирование одежды в<br>автоматизированной среде | Учебное<br>пособие | М.: МГУДТ  | 2016 | <a href="http://biblio.kosygin-rgu.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&amp;view=irbis&amp;Itemid=108">http://biblio.kosygin-rgu.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&amp;view=irbis&amp;Itemid=108</a> | - |
| 4. | Гетманцева В.В.   | Структура формирования<br>электронного образа модели<br>при виртуальном<br>проектировании одежды                     | Статья             | Санкт-Петербург:<br>Известия высших<br>учебных заведений.<br>Технология легкой<br>промышленности | 2011 | <a href="https://elibrary.ru/item.asp?id=16888955">https://elibrary.ru/item.asp?id=16888955</a>   | - |
| 5. | Костылева В.В.,<br>Синева О.В..   | Сценарии проектирования<br>конструктивных основ,<br>внутренних и<br>промежуточных деталей<br>обуви различных видов   | Учебное<br>пособие | М: МГУДТ   | 2021 | Локальная сеть университета   | - |
| 6. | Орлова А.А.,<br>Костылева В.В.  | Информационно-<br>телекоммуникационные<br>технологии в<br>проектировании изделий                                     | Учебное<br>пособие | М: МГУДТ   | 2012 | <a href="http://znanium.com/catalog/product/462009">http://znanium.com/catalog/product/462009</a>   | - |
| 7. | Костылева В.В.,<br>Синева О.В.<br>Радченко Н.Н.<br>Максимова И.А.                                     | Проектирование<br>конструктивных основ<br>полуботинка и ботинка с<br>настрочными берцами и с<br>настрочной союзкой   | Учебное<br>пособие | М: МГУДТ   | 2020 | <a href="http://znanium.com/catalog/product/462009">http://znanium.com/catalog/product/462009</a>   | - |
| 8. | Орлова А.А.,<br>Костылева В.В.  | Роль и место эстетических<br>свойств обуви в общем<br>комплексе показателей  | Учебное<br>пособие | М: МГУДТ   | 2012 | Локальная сеть РГУ им. А.Н.<br>Косыгина   | - |

|   |   |   |                      |                           |      |   |   |
|---|---|---|----------------------|---------------------------|------|---|---|
|   |   | качества  |                      |                           |      |   |   |
| 9.  | Грошева Н.Н.<br>Костылева В.В.<br>Рыкова Е.С.<br>Молчанова Е.А. | Анализ формообразования каблучков   | Учебное пособие      | М: МГУДТ                  | 2010 | Локальная сеть РГУ им. А.Н. Косыгина  | - |
| 10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина) |   |   |                      |                           |      |   |   |
| 1.  | Масалова В.А.   | Проектирование базовой конструкции в системе AutoCAD.   | Методическое пособие | М.: РИО МГУДТ             | 2012 | Локальная сеть РГУ им. А.Н. Косыгина  | - |
| 2.  | Масалова В.А.   | Начальный курс по системе AutoCAD.  | Методическое пособие | Москва: МГУДТ             | 2009 | Локальная сеть РГУ им. А.Н. Косыгина  | - |
| 3.  | Рябинкин С.И.,<br>Фролова Е.В.                                  | Инструкция по применению системы автоматизированного проектирования AutoCAD 2007  | Учебное пособие      | М: МГУДТ                  | 2010 | <a href="http://znanium.com/catalog/product/462083">http://znanium.com/catalog/product/462083</a> | - |
| 4.  | Киселев С.Ю.,<br>Костылева В.В.                                 | Методические указания по подготовке курсовой работы по дисциплине «Инновационные методы моделирования изделий легкой промышленности»: | Методическое пособие | М.: РГУ им. А.Н. Косыгина | 2018 | Локальная сеть РГУ им. А.Н. Косыгина  | - |

## 10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

### 10.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

| № пп | Период    | Номер и дата договора   | Предмет договора   | Партнер по договору                  | Ссылка на электронный ресурс   | Срок действия договора     |
|------|-----------|---|--|--------------------------------------|--|----------------------------|
| 1.   | 2023      | Приложение 1 к письму РЦНИ от 07.04.2023 г. № 574                   | О предоставлении доступа к электронным ресурсам Wiley  | РЦНИ                                 | <a href="https://onlinelibrary.wiley.com/">База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2019 г. - 2022 г.)<br/>https://onlinelibrary.wiley.com/</a>  | Действует по 30.06.2023 г. |
| 2.   | 2023      | РЦНИ Информационное письмо № 1948 от 29.12.2022                     | О предоставлении доступа к базам данных издательства Springer Nature   | РЦНИ                                 | <a href="https://materials.springer.com/">База данных Springer Materials:<br/>https://materials.springer.com/</a>  | Действует по 29.12.2023 г. |
| 3.   | 2023      | РЦНИ Информационное письмо № 1949 от 29.12.2022                     | О предоставлении доступа к базам данных издательства Springer Nature   | РЦНИ                                 | <a href="http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols">База данных Springer Nature Protocols and Methods:<br/>http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols</a> | Действует по 29.12.2023 г. |
| 4.   | 2023      | РЦНИ Информационное письмо № 1955 от 30.12.2022                     | О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS  | РЦНИ                                 | <a href="https://www.orbit.com/">https://www.orbit.com/</a>  | Действует по 30.06.2023 г. |
| 5.   | 2023      | РЦНИ Информационное письмо № 1956 от 30.12.2022                     | О предоставлении доступа к базе данных компании The Cambridge Crystallographic Data Center   | РЦНИ                                 | <a href="https://www.ccdc.cam.ac.uk/">https://www.ccdc.cam.ac.uk/</a>  | Действует по 31.12.2023 г. |
| 6.   | 2023/2024 | Договор № ПЛ-02-4/18-01.22 от 07.02.2023 г.                         | О предоставлении права использования программного обеспечения  | ООО «Издательство Лань»              | <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>  | Действует до 17.02.2024 г. |
| 7.   | 2022/2023 | Договор № 494 эбс от 12.10.2022 г.                                  | О предоставлении доступа к ЭБС Znanium.com   | ООО «ЗНАНИУМ»                        | <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>  | Действует до 12.10.2023 г. |
| 8.   | 2022/2023 | Договор № 450-22 Е-44-5 от 05.10.2022 г.                            | О предоставлении доступа к образовательной платформе «ЮРАЙТ»   | ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» | <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>  | Действует до 14.10.2023 г. |
| 9.   | 2022/2023 | Лицензионный договор SCIENCE INDEX № SIO-8076/2022 от 25.05.2022 г. | О предоставлении доступа к информационно-аналитической системе SCIENCE INDEX (включенного в научный информационный ресурс eLIBRARY.RU) | ООО НЭБ                              | <a href="https://www.elibrary.ru/">https://www.elibrary.ru/</a>  | Действует до 25.05.2023    |

|     |           |   |  |                         |   |  |
|-----|-----------|---|--|-------------------------|---|--|
| 10. | 2022/2023 | Договор № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г. Дополнительное соглашение №1 к Договору № 52-22-ЕП-223-5 Р от 18.02.2022 г. | О предоставлении права использования программного обеспечения. О предоставлении доступа к разделам базы данных | ООО «Издательство Лань» | <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>   | Действует до 18.02.2023 г.                 |
| 11. | 2022      | РФФИ Информационное письмо № 981 от 19.07.2022  | О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS  | РФФИ                    | <a href="https://www.orbit.com/">https://www.orbit.com/</a>   | Действует с 14.07.2022 г. по 31.12.2022 г. |
| 12. | 2022      | РФФИ Информационное письмо № 1105 от 17.08.2022   | О предоставлении доступа к базе данных Begell Engineering Research Collection издательства Begell House        | РФФИ                    | <a href="https://www.dl.begellhouse.com/collections/6764f0021c05bd10.html">https://www.dl.begellhouse.com/collections/6764f0021c05bd10.html</a>   | Действует до 31.12.2022 г.                 |
| 13. | 2022      | РФФИ Информационное письмо № 1082 от 11.08.2022   | О предоставлении доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature     | РФФИ                    | Платформа Springer Link:<br><a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a>   | Действует до 31.12.2022 г.                 |
| 14. | 2022      | РФФИ Информационное письмо № 1045 от 02.08.2022   | О предоставлении доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature     | РФФИ                    | Платформа Springer Link:<br><a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a>   | Действует до 31.12.2022 г.                 |
| 15. | 2022      | РФФИ Информационное письмо № 1065 от 08.08.2022   | О предоставлении доступа к электронным научным информационным ресурсам издательства Springer Nature            | РФФИ                    | <a href="http://www.springernature.com/gp/librarians">http://www.springernature.com/gp/librarians</a><br><a href="#">База данных Nature journals коллекции Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 г.):</a><br><a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a><br><a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a><br><a href="#">База данных Springer Journals:</a><br><a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a><br><a href="#">База данных Springer Materials:</a><br><a href="https://materials.springer.com/">https://materials.springer.com/</a><br><a href="#">База данных Springer Protocols and methods:</a><br><a href="https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols">https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols</a> | Действует с 01.09.2022 г. по 31.10.2022 г. |
| 16. | 2022      | РФФИ Информационное письмо № 957 от 08.07.2022  | О предоставлении доступа к базе данных компании The Cambridge Crystallographic Data Center                     | РФФИ                    | <a href="https://www.ccdc.cam.ac.uk/">https://www.ccdc.cam.ac.uk/</a>   | Действует с 01.07.2022 г. по 31.12.2022 г. |

|     |                   |   |   |  |  |                                       |
|-----|-------------------|---|---|--|--|---------------------------------------|
|     |                   |   |   |  |  | 022 г.                                |
| 17. | 202<br>1/2<br>022 | Договор<br>№ 967-ЕП-<br>44-21 от<br>07.11.2021 г.                 | О предоставлении<br>доступа к ЭБС<br>Znanium.com  | ООО<br>«ЗНАНИУ<br>М»                               | <a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>  | Действ<br>ует до<br>06.11.2<br>022 г. |
| 18. | 202<br>1/2<br>022 | Договор<br>№ 800 ЕП-44-<br>20 от<br>22.09.2021 г.                 | О предоставлении<br>доступа к<br>образовательной<br>платформе «ЮРАЙТ»                     | ООО<br>«Электронн<br>ое<br>издательств<br>о ЮРАЙТ» | <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>  | Действ<br>ует до<br>14.10.2<br>022 г. |
| 19. | 202<br>3          | Приложение<br>1 к<br>письму<br>РЦНИ от<br>07.04.2023 г.<br>№ 574  | О предоставлении<br>доступа к<br>электронным<br>ресурсам Wiley                            | РЦНИ   | <a href="https://onlinelibrary.wiley.com/">База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2023 г.)<br/>https://onlinelibrary.wiley.com/</a>  | Ресурс<br>бессро<br>чный              |
| 20. | 202<br>3          | Приложение<br>1<br>к письму<br>РЦНИ от<br>29.12.2022 г.<br>№ 1950 | О предоставлении<br>доступа к<br>содержанию баз<br>данных издательства<br>Springer Nature | РЦНИ   | <a href="https://www.nature.com/">База данных Nature journals (год издания – 2023 г. - тематическая коллекция Physical Sciences &amp; Engineering Package):<br/>https://www.nature.com/</a><br><a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематические коллекции Physical Sciences &amp; Engineering Package) :<br/>https://link.springer.com/</a>   | Ресурс<br>бессро<br>чный              |
| 21. | 202<br>3          | Приложение<br>1<br>к письму<br>РЦНИ от<br>29.12.2022 г.<br>№ 1949 | О предоставлении<br>доступа к<br>содержанию баз<br>данных издательства<br>Springer Nature | РЦНИ   | <a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематическая коллекция Social Sciences Package) :<br/>https://link.springer.com/</a><br><a href="https://www.nature.com/">База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package)<br/>https://www.nature.com/</a>   | Ресурс<br>бессро<br>чный              |
| 22. | 202<br>3          | Приложение<br>1<br>к письму<br>РЦНИ от<br>29.12.2022 г.<br>№ 1948 | О предоставлении<br>доступа к<br>содержанию баз<br>данных издательства<br>Springer Nature | РЦНИ   | <a href="https://www.nature.com/">База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package.):<br/>https://www.nature.com/</a><br><a href="https://link.springer.com/">База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package<br/>https://link.springer.com</a><br><a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) :<br/>https://link.springer.com/</a> | Ресурс<br>бессро<br>чный              |
| 23. | 202<br>3          | Приложение<br>1<br>к письму<br>РЦНИ от                            | О предоставлении<br>лицензионного<br>доступа к<br>содержанию базы                         | РЦНИ   | <a href="https://link.springer.com/">eBooks Collections (i.e.2023 eBook Collections, год издания - 2023, в т.ч. выпущенных в 2022 г. - тематическая коллекция Physical</a>   | Ресурс<br>бессро<br>чный              |

|     |                   |   |   |                                     |   |  |
|-----|-------------------|---|---|-------------------------------------|---|--|
|     |                   | 29.12.2022 г.<br>№ 1947   | данных Springer<br>eBooks Collections<br>издательства Springer<br>Nature  |                                     | <a href="http://link.springer.com/">Sciences, Social Sciences, Life Sciences, Engineering Package):<br/>http://link.springer.com/</a>   |  |
| 24. | 202<br>2          | Приложение<br>1<br>к письму<br>РФФИ от<br>08.08.2022 г.<br>№1065) | О предоставлении<br>доступа к<br>электронным<br>ресурсам Springer<br>Nature   | РФФИ                                | <a href="https://www.nature.com/">База данных Nature journals<br/>коллекции Academic journals,<br/>Scientific American, Palgrave<br/>Macmillan (выпуски 2022 г.):<br/>https://www.nature.com/<br/>https://link.springer.com</a><br><a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals:<br/>https://link.springer.com/</a> | Ресурс<br>бессро<br>чный                     |
| 25. | 202<br>2          | Приложение<br>1<br>к письму<br>РФФИ от<br>30.06.2022 г.<br>№ 910  | О предоставлении<br>доступа к<br>электронным<br>ресурсам Springer<br>Nature   | РФФИ                                | <a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals:<br/>https://link.springer.com/<br/>База данных Adis Journals<br/>(выпуски 2022 г.):<br/>https://link.springer.com/</a>  | Ресурс<br>бессро<br>чный                     |
| 26. | 202<br>2          | Приложение<br>1<br>к письму<br>РФФИ от<br>30.06.2022 г.<br>№ 909. | О предоставлении<br>доступа к<br>электронным<br>ресурсам Springer<br>Nature   | РФФИ                                | <a href="https://www.nature.com/">База данных Nature journals<br/>(выпуски<br/>2022 г.): https://www.nature.com/<br/>База данных Springer Journals:<br/>https://link.springer.com/</a>  | Ресурс<br>бессро<br>чный                     |
| 27. | 202<br>1          | Приложение<br>1<br>к письму<br>РФФИ от<br>17.09.2021 г.<br>№ 965  | О предоставлении<br>лицензионного<br>доступа к<br>содержанию базы<br>данных Springer<br>eBooks Collections<br>издательства Springer<br>Nature | РФФИ                                | <a href="http://link.springer.com/">eBooks Collections (i.e.2020 eBook<br/>Collections):<br/>http://link.springer.com/</a>  | Ресурс<br>бессро<br>чный                     |
| 28. | 201<br>9          | Приложение<br>№ 2 к письму<br>РФФИ № 809<br>от 24.06.2019<br>г.   | О предоставлении<br>сублицензионного<br>доступа к<br>содержанию баз<br>данных издательство<br>Springer Nature                                 | РФФИ                                | <a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals (за<br/>2019 г): https://link.springer.com/<br/>База данных Nature journals<br/>(выпуски<br/>2019 г.): https://www.nature.com/</a>   | Ресурс<br>бессро<br>чный                     |
| 29. | 201<br>8          | Договор<br>№ 101/НЭБ/0<br>486-п от<br>21.09.2018 г.               | О предоставлении<br>доступа к<br>«Национальной<br>электронной<br>библиотеке» (НЭБ)  | ФГБУ РГБ                            | <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a>   | Ресурс<br>бессро<br>чный                     |
| 30. | 201<br>6/2<br>017 | Приложение<br>№ 2 к письму<br>РФФИ № 779<br>от 16.09.2016<br>г.   | О предоставлении<br>доступа к БД<br>издательства<br>SpringerNature<br>(выпуски за 2016-<br>2017 гг)   | РФФИ                                | <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/<br/>https://www.springerprotocols.com/<br/>https://materials.springer.com/<br/>https://link.springer.com/search?fac<br/>et-content-<br/>type=%ReferenceWork%22<br/>http://zbmath.org/<br/>http://npg.com/</a>   | Ресурс<br>бессро<br>чный с<br>01.01.2<br>017 |
| 31. | 201<br>6/2<br>019 | Соглашение<br>№ 2014 от<br>29.10.2016 г.                          | О предоставлении<br>доступа к БД СМИ  | ООО<br>"ПОЛПРЕД<br>Справочник<br>и" | <a href="http://www.polpred.com">http://www.polpred.com</a>   | Ресурс<br>бессро<br>чный                     |
| 32. | 201<br>5/2<br>019 | Договор<br>№ 101/НЭБ/0<br>486 от<br>16.07.2015 г.                 | О предоставлении<br>доступа к<br>«Национальной<br>электронной   | ФГБУ РГБ                            | <a href="http://нэб.рф/">http://нэб.рф/</a>   | Ресурс<br>бессро<br>чный                     |



|     |                   |   |  |  |   |                          |
|-----|-------------------|---|--|--|---|--------------------------|
|     |                   |   | библиотеке»                                  |  |   |                          |
| 33. | 201<br>3/2<br>019 | Соглашение № ДС-884-2013 от 18.10.2013 г.                 | О сотрудничестве в Консорциуме               | НП НЭИКОН  | <a href="http://www.neicon.ru/">http://www.neicon.ru/</a>     | Ресурс<br>бессро<br>чный |
| 34. | 201<br>3/2<br>019 | Лицензионно<br>е соглашение<br>№ 8076 от<br>20.02.2013 г. | О предоставлении<br>доступа к<br>eLIBRARY.RU | ООО<br>«Националь<br>ная<br>электронная<br>библиотека<br>» (НЭБ) | <a href="http://www.elibrary.ru/">http://www.elibrary.ru/</a> | Ресурс<br>бессро<br>чный |

## 10.2. Перечень программного обеспечения

| №п/п | Наименование лицензионного программного обеспечения  | Реквизиты подтверждающего документа   |
|------|--|---------------------------------------|
| 1.   | Windows 10 Pro, MS Office 2019   | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 2.   | PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 3.   | V-Ray для 3Ds Max  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 4.   | NeuroSolutions   | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 5.   | Wolfram Mathematica  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 6.   | Microsoft Visual Studio  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 7.   | CorelDRAW Graphics Suite 2018  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 8.   | Mathcad  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 9.   | Matlab+Simulink  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019. |
| 10.  | Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.) | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 11.  | SolidWorks   | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 12.  | Rhinoceros   | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 13.  | Simplify 3D  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 14.  | FontLab VI Academic  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 15.  | Pinnacle Studio 18 Ultimate  | контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019  |
| 16.  | КОМПАС-3d-V 18   | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019  |
| 17.  | Project Expert 7 Standart  | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019  |
| 18.  | АЛЬТ-Финансы   | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019  |
| 19.  | АЛЬТ-Инвест  | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019  |
| 20.  | Программа для подготовки тестов Indigo   | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019  |

|     |  |                                      |
|-----|--|--------------------------------------|
| 21. | Диалог NIBELUNG  | контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019 |
| 22. | Windows 10 Pro, MS Office 2019   | контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020   |
| 23. | Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New | контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021 |
| 24. | Mathcad Education - University Edition Subscription  | контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021 |
| 25. | CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)  | контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021 |
| 26. | Mathematica Standard Bundled List Price with Service   | контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021 |
| 27. | Network Server Standard Bundled List Price with Service  | контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021 |
| 28. | Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC   | контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021 |
| 29. | Microsoft Windows 11 Pro   | контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021 |

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

| <b>№ пп</b> | <b>год обновления РПД</b> | <b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b> | <b>номер протокола и дата заседания кафедры</b> |
|-------------|---------------------------|--|---|
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |
|             |                           |  |   |