

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.10.2023 11:07:15
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0e69ab82479

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	Интеллектуальные технологии и художественное проектирование в индустрии моды
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 приёмами 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 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИД-УК-1.2 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; - использует различные источники информации, такие как онлайн-ресурсы, книги, статьи, консультации с экспертами для решения вопросов связанных с сегментацией рынка;
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-УК-2.1 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 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 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 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,	промежуточная аттестация, час
2 семестр	зачет	72	18	18				36	
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		
Второй семестр							
УК-1	Лекция 1. Вводная лекция. Цели и задачи дисциплины.	3				2	Контроль посещаемости.
ИД-УК-1.2 УК-2 ИД-УК-2.1 ИД-УК-2.2	Лекция 2. Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений выделенной целевой группы для проектирования промышленной коллекции одежды.	3				2	Контроль посещаемости.
ПК-6 ИД-ПК-6.3	Лекция 3. Методы проведения анализа промышленных коллекций для сегментирования рынка.	3				2	Контроль посещаемости.
	Лекция 4. Сегментирование рынка на основе выделения типовых и унифицированных элементов. Ассортиментная политика сформированная с учетом норм рационального потребления.	3				2	Контроль посещаемости.
	Лекция 5. 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.
	Лекция 6. Визуальный мерчендайзинг промышленных коллекций изделий легкой промышленности в зависимости от сегментации рынка.	3				2	Контроль посещаемости.
	Практическое занятие 1 Изучение основных интернет ресурсов, необходимых для анализа промышленных коллекций, выявления модных тенденций и предпочтений потребителей для последующей сегментации рынка.		3			3	Устная дискуссия.
	Практическое занятие 2 Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений		3			3	Домашнее задание 1.

Планируемые (контролируемые)	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				С ам	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по
		Контактная работа					
	выделенной целевой группы для сегментации рынка.						
	Практическое занятие 3 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.
	Практическое занятие 4 Выделение типовых базовых форм. Сегментация рынка и ассортимент политика на основе выделения унифицированных предметов гардероба и рациональных норм потребления.		3			3	Домашнее задание 2.
	Практическое занятие 5 Разработка позиционирования коллекции на рынке по следующим элементам: Концепция, Миссия, Целевая аудитория. Обещание бренда, Сообщения бренда, Ценности бренда, Слоган.		3			3	Домашнее задание 3.
	Практическое занятие 6 Визуальный мерчендайзинг промышленных коллекций изделий легкой промышленности в зависимости от сегментации рынка. Зачет.		3			9	Зачет в виде письменного тестирования
	ИТОГО за семестр	18	18			36	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Лекции		
1.	Лекция 1. 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.	Лекция 2. 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.	Лекция 3. 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.	Лекция 4. 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.	Лекция 5. 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.	Лекция 6. 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
Практические занятия		
1.	Практическое занятие 1.	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. Выдача задания на разработку портфолио по результатам освоения дисциплины Выдача Домашнего задания 1 Анкетирование выделенной группы потребителей
2.	Практическое занятие 2. Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений выделенной целевой группы для проектирования промышленной коллекции одежды)	Разбор теоретического материала Определение целевой группы потребителей. Формулировка вопросов анкеты для определения предпочтений выделенной целевой группы. - Загрузка анкет на интернет ресурс; - Обработка результатов анкет. Защита Домашнего задания 1 в виде Презентации Обсуждение. Взаимооценка Выдача задания на составление Презентации Позиционирование на рынке
3.	Практическое занятие 3. 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 Защита Презентации «Позиционирование на рынке». Обсуждение. Взаимооценка Выдача Домашнего задания 2 на тему «Создание сайта».
4.	Практическое занятие 4. 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. Защита Домашнего задания 2 на тему «Создание сайта». Обсуждение. Взаимооценка. Выдача Домашнего задания 3 на тему «Портфолио».
5.	Практическое занятие 5. 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 Защита домашнего задания 3 «Портфолио».
6.	Практическое занятие 6. 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. 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 ИД-УК-1.2 УК-2 ИД-УК-2.1 ИД-УК-2.2		ПК-6 ИД-ПК-6.3
высокий		зачтено	Обучающийся на высоком уровне: - выдвигает варианты решения проблемных ситуаций в области сегментации рынка; - использует различные источники информации, такие как онлайн-ресурсы, книги, статьи, консультации с экспертами для решения вопросов связанных с сегментацией рынка; - определяет главную цель проекта в области сегментации рынка и смежных вопросов, задачи, актуальность и сферы применения результатов; - выделяет этапы работы над проектом по сегментации рынка и смежным вопросам;		Обучающийся на высоком уровне : – 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:		Обучающийся: -выявляет и формулирует

			<p>-выдвигает решения проблемных ситуаций в области сегментации рынка, но допускает неточности;</p> <p>-использует ограниченное число видов источников информации для решения вопросов, связанных с сегментацией рынка;</p> <p>-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;</p> <p>-выделяет этапы работы над проектом по сегментации рынка;</p>		отдельные элементы проблемных ситуаций при анализе и решении вопросов по сегментации рынка, в том числе с применением командного взаимодействия и мозгового штурма.
базовый		зачтено	<p>Обучающийся на базовом уровне:</p> <p>-выдвигает решения проблемных ситуаций в области сегментации рынка, но эти решения не всегда правильные;</p> <p>-использует ограниченное число источников информации;</p> <p>-не правильно трактует цель проекта в области сегментации рынка и смежных вопросов;</p> <p>-выделяет этапы работы над проектом по сегментации рынка, но делает это в недочетами;</p>		Обучающийся: - 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.
низкий		не зачтено	<p>Обучающийся:</p> <p>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</p> <p>– испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами;</p> <p>– выполняет задания шаблона, без проявления творческой инициативы;</p>		

		<p>– отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы;</p> <p>– отражает неэффективность коммуникации с представителями других культурных и языковых сообществ.</p>
--	--	---

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»	<p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ цифровых ресурсов. 2. Систематизация по видам используемой информации. 3. Цвет. Тенденции. Предпочтения. 4. Экономические показатели.
2.	Домашнее задание 1 по теме «Методика определения целевой группы потребителей и предпочтений выделенной целевой группы для сегментации рынка»	<p>Составить анкету по определению предпочтений потребителя из 10-15 вопросов. Анкетирование потребителей выполняется с целью определения спроса на планируемую коллекцию.</p> <p>Анкетирование направлено на тестирование рынка - в анкету включают вопросы для:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определения возможностей рынка планируемого ассортимента, • изучение предпочтений выбора отечественного или импортного производителя, • позиционирование определенных брендов товаров, торговых точек, имени дизайнера и т.п., • выбор наиболее привлекательной концепции новой коллекции, • изучение предпочтений потребителей • изучение цен и стоимостной политики. <p>Разместить анкету на ресурсе «анкетолог». Прислать преподавателю ссылку для проверки выполнения</p>

		<p>Темы для составления анкет должны соответствовать теме ВКР, например:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Разработка коллекции зимней одежды для девочек младшего школьного возраста.1. 2. Разработка коллекции детской одежды.2. Разработка коллекции одежды с термостойкими свойствами3. Разработка коллекции одежды с использованием армянских этнических мотивов4. Разработка коллекции одежды для женщин с мастэктомией5. Разработка коллекции одежды для спортсменов- бодибилдеров6. Разработка коллекции одежды со светящимися материалами7. Разработка коллекции зимней детской одежды8. Разработка коллекции мужской спортивной одежды9. Разработка коллекции женской нарядной одежды10. Разработка коллекции с использованием меховых отделочных элементов11. Разработка коллекции детской летней одежды12. Разработка коллекции одежды для собак.13. Разработка коллекции одежды с улучшенными ветрозащитными характеристиками14. Разработка коллекции женской одежды класса Люкс15. Разработка коллекции мужских сорочек поло. <p>Пример выполнения</p> <p>Ссылка должна выглядеть следующим образом</p> <p>https://anketolog.ru/s/179511/CVXBN0my</p>
--	--	---

1. Укажите Ваше пол

Варианты
Мужской
Женский

2. Откуда Вы?

Варианты
Мегаполис
Крупный город
Поселок городского типа
Сельская местность

3. Укажите уровень Вашего дохода

Варианты
До 20 тыс.рублей
До 30 тыс.рубле
До 40 тыс.рублей
Свыше 40 тыс.рублей

4. Пол вашего ребенка (Вариантов ответа может быть несколько)?

Варианты
Мальчик
Девочка

5. Укажите возраст Вашего ребенка (Может быть несколько ответов)

Варианты
До 6 мес
От 7 мес. до 3 лет
От 4 лет до 7 лет
Свыше 7 лет

6. Какого вида зимнюю верхнюю одежду Вы выбираете для своих детей?

Варианты
Комбинезон
Комплект (куртка брюки, куртка полукомбинезон)
Только куртка
Шуба, пальто
Другое

7. Где Вы предпочитаете покупать верхнюю зимнюю одежду для своих детей? (Вариантов ответа может быть несколько)

Вариант
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).

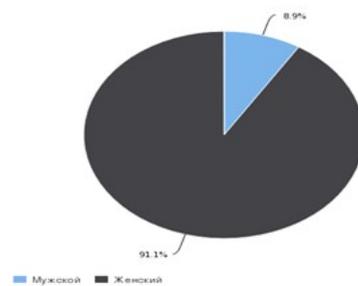


Рисунок 3 – Пол респондентов

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

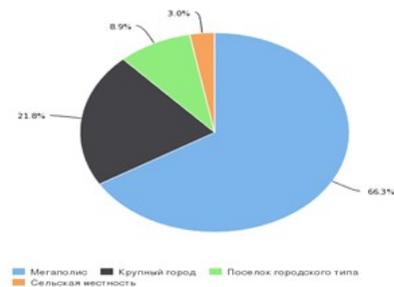
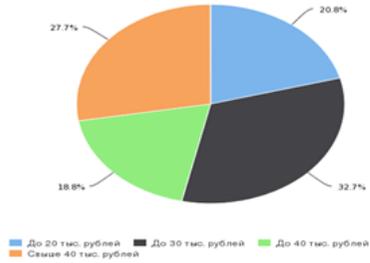
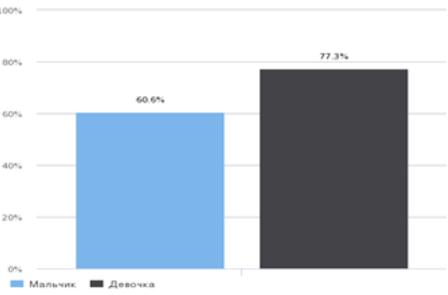


Рисунок 4 – Место проживания респондентов

		<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 Проанализировать позиционирование на рынке трех разных производителей одежды: крупного, среднего, мелкого. 2. Разработать позиционирование разработанной коллекции на рынке по следующим элементам: Концепция Миссия Целевая аудитория Обещание бренда 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



Основная миссия компании – производство качественной зимней одежды для детей, создание оригинальных, практичных коллекций по оптимальным ценам.

Мы стараемся делать красивую и безопасную одежду доступной, внимательно следим за качеством используемых материалов, чтобы детям было удобно и комфортно в любую погоду.

Мы стремимся учитывать все пожелания родителей при создании нового образа.

Рисунок 3 - Миссия



Сообщения Бренда

- Одеваться красиво и качественно просто с торговой маркой "Трофим"
- "Трофим" - это высокое качество по честной цене.
- Комфорт, удобство, безопасность детей – вот наши главные ориентиры.
- Оденем Вашего ребенка так, как будто это наш собственный!

Рисунок 6 – Сообщения бренда

		<div data-bbox="801 180 1503 708" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="1025 727 1279 751" style="text-align: center;">Рисунок 7 – Ценности бренда</p>
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>Цель работы: Изучение способов продвижения коллекций в интернете</p> <p>Задание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подобрать способ продвижения коллекций в интернете 2. Выбрать платформу для создания сайта компании 3. Изучить правила создания сайта 4. Создать сайт компании <p>Пример выполнения</p>

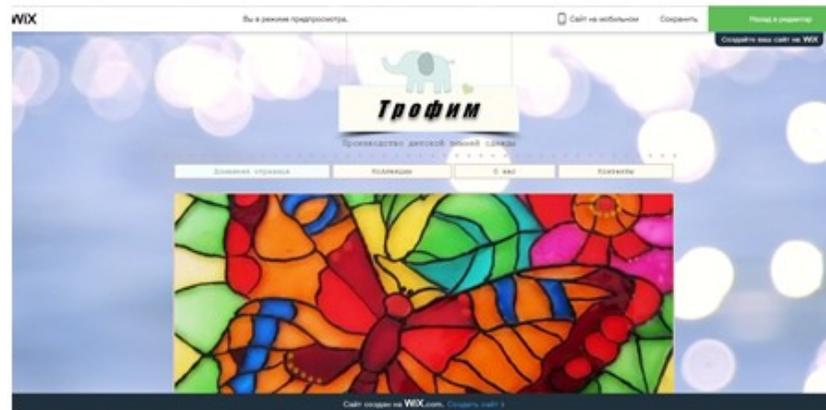


Рисунок 5 – Домашняя страница сайта

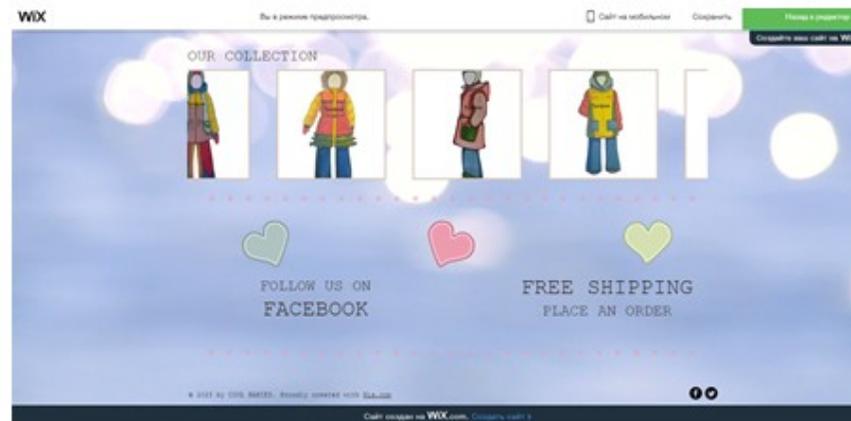


Рисунок 6 – Домашняя страница сайта (продолжение)

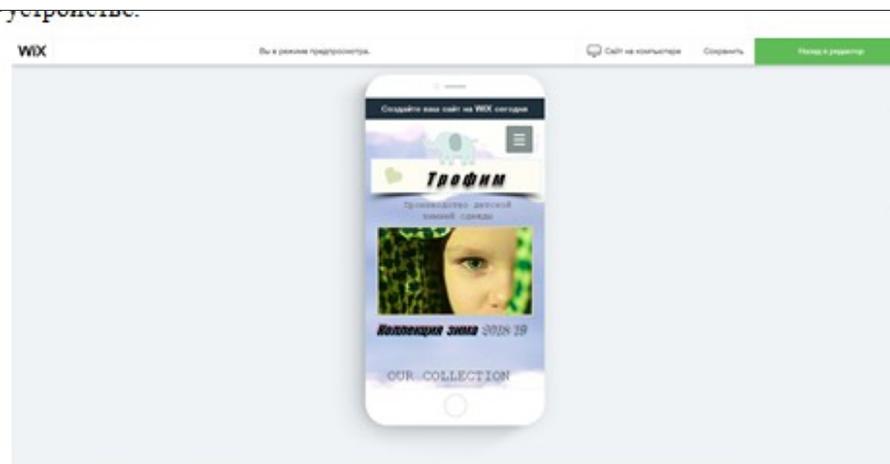


Рисунок 7 – Внешний вид главной страницы сайта на мобильном устройстве

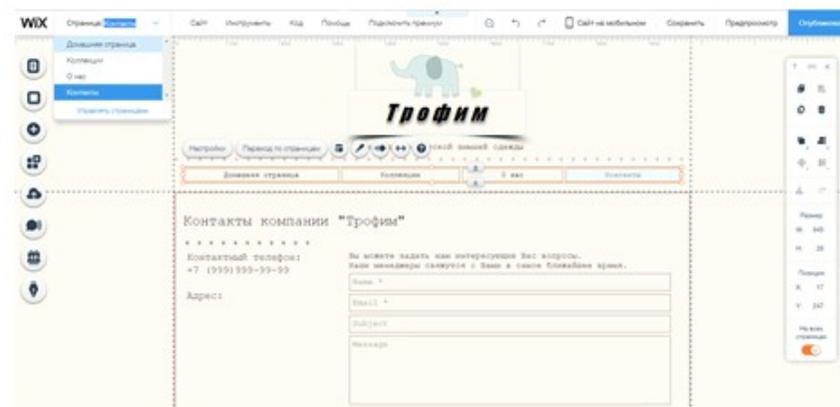


Рисунок 8 – Управление вкладками сайта



Рисунок 9 – Вкладка «коллекции»

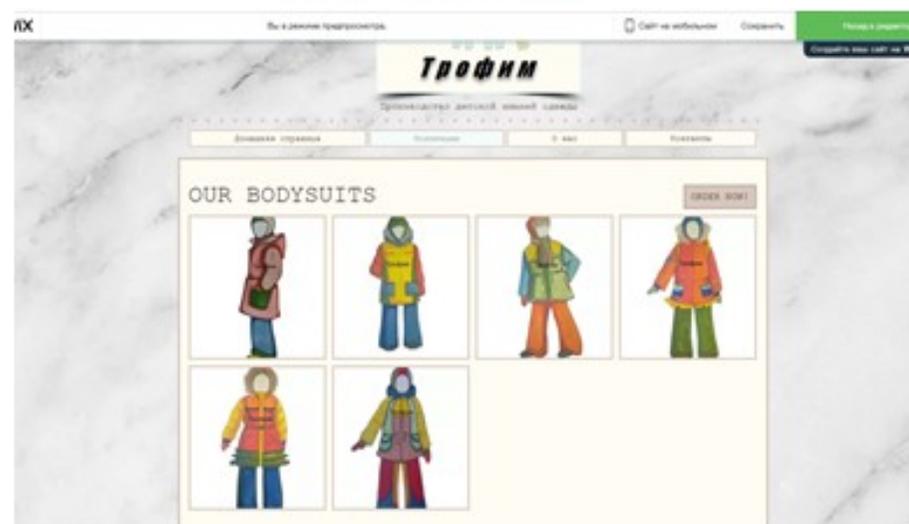
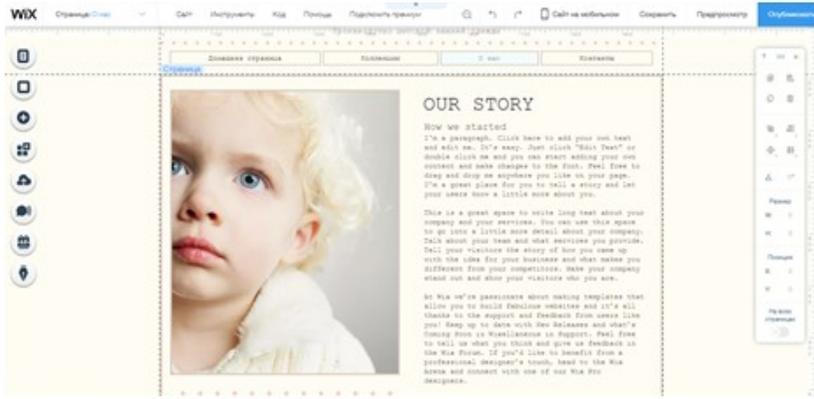


Рисунок 10 – Вкладка «коллекции»

		 <p>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>Портфолио включает творческий альбом, который содержит следующие элементы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Актуальность темы визуальное обоснование. 2. Анализ предпочтений потребителей 3. Анализ моделей-аналогов 4. Лист с описанием мер по продвижению коллекции <p>Пример выполнения Портфолио</p> <p>1.Определение актуального направления , так называемой «ниши»</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

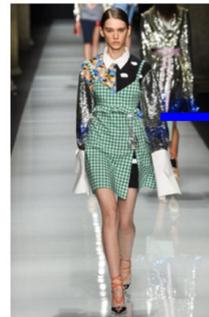
02. Дизайн

- 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.

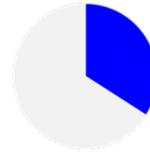
7. Маркетинговые исследования целевой аудитории

Анкетирование. Маркетинговое исследование

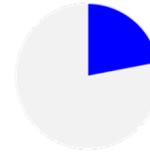
Исследование предпочтений целевой аудитории



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

Эскизный проект



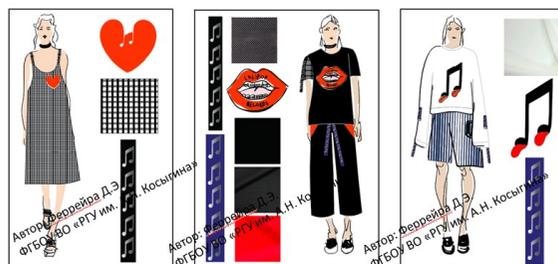
Автор: Феррейра Д.Э.
ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

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.

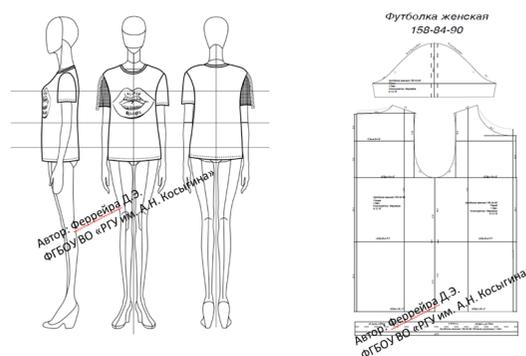
Разработка узнаваемых элементов коллекции

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;">Коммуникации</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: 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: Письменное тестирование</p>	<p>Промежуточная аттестация в виде теста Банк вопросов</p> <div data-bbox="651 437 768 651"> <p>Вопрос 1 Ответ сохранен Балл: 0,50 Отметить вопрос Редактировать вопрос</p> </div> <div data-bbox="792 437 1933 695"> <p>Следует вставить верное словосочетание в верном падеже. Существует два возможных сценария при разработке новой промышленной коллекции: 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="651 724 768 960"> <p>Вопрос 2 Неполный ответ Балл: 1,00 Отметить вопрос Редактировать вопрос</p> </div> <div data-bbox="792 724 1933 1299"> <p>Вставьте верные определения</p> <div data-bbox="1070 772 1659 1257"> <p>Элементы рационального гардероба</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
вопрос Редактировать
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
вопрос Редактировать
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 5 Пока нет ответа Балл: 1,00 Отметить вопрос Редактировать вопрос</p>	<p>Вставьте верно пропущенные слова</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.

- | | | | |
|-------------|----------------|---------------|--------------|
| специальная | ассортиментная | авторская | прет-а-порте |
| заказчиками | исполнителями | маркетологами | |

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

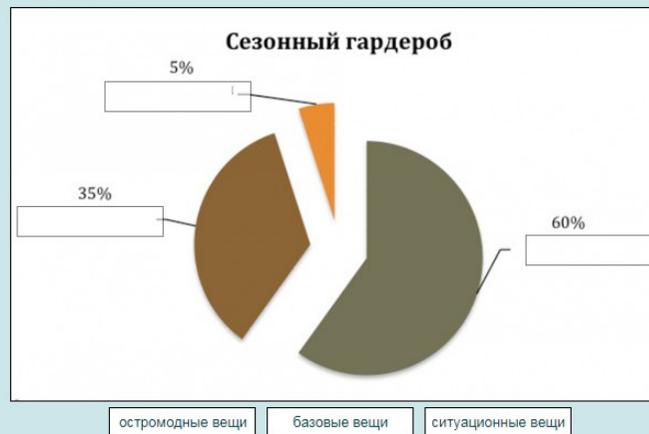
Вопрос 9

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 11 Пока нет ответа Балл: 1,00 Отметить вопрос Редактировать вопрос</p>	<p>Агрегатирование - 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"><input type="radio"/> Верно<input type="radio"/> Неверно
	<p>Вопрос 12 Пока нет ответа Балл: 1,00 Отметить вопрос Редактировать вопрос</p>	<p>Утверждение:</p> <p>Целевая аудитория -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"><input type="radio"/> Верно<input type="radio"/> Неверно
	<p>Вопрос 13 Пока нет ответа Балл: 0,50 Отметить вопрос Редактировать вопрос</p>	<p>Следует вставить верное словосочетание в верном падеже.</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 14 Пока нет ответа Балл: 1,00 Отметить вопрос Редактировать вопрос</p>	<p>Отработка на технологичность - 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"><input type="radio"/> Верно<input type="radio"/> Неверно	
	<p>Вопрос 15 Пока нет ответа Балл: 1,00 Отметить вопрос 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"><input type="radio"/> Верно<input type="radio"/> Неверно	

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.

 Косвенная целевая аудитория Основная целевая аудитория

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

Вопрос 21

Пока нет ответа

Балл: 1,00

 Отметить вопрос Редактировать вопрос

Найдите верное описание к заданным понятиям

Коллекция**«прет-а-порте»**

Выберите...

Перспективная коллекция

Выберите...

Вопрос 22

Пока нет ответа

Балл: 0,50

 Отметить вопрос Редактировать 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:

<input type="checkbox"/>	например, целевая аудитория — это жители Восточной Европы;
<input type="checkbox"/>	например, целевая аудитория — женщины в возрасте 20-30 лет со средним доходом, занимающие должности средне-статистического офисного сотрудника
<input type="checkbox"/>	Например, целевая аудитория — люди, которые стремятся к самовыражению и самоутверждению в обществе
<input type="checkbox"/>	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 25 Пока нет ответа Балл: 1,00 Отметить вопрос 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>Время</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 зачет (письменное тестирование)		зачтено / не зачтено
Итого за семестр		

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.
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 1, строение 3, ауд.1453	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – 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: – ноутбук; – проектор; – экран.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки	– компьютерная техника; – 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/ ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс. Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: 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
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1.	Рогожин А.Ю., Гусева М.А., Лунина Е.В., Петросова И.А., Андреева Е.Г., Гетманцева В.В	Проектирование швейных изделий в САПР. Модульное проектирование в параметрической САПР.	Учебное пособие	М.: МГУДТ	2016	http://znanium.com/catalog/product/966582	-
2.	Рогожин А.Ю. Гусева М.А., Лунина Е.В.	Конструирование и моделирование изделий в САПР. Лабораторный практикум.	Учебное пособие	М.: НИЦ ИНФРА-М	2014	http://znanium.com/catalog/product/966536	-
3.	Рогожин А.Ю., Гусева М.А., Лунина Е.В., Петросова И.А., Андреева Е.Г., Гетманцева В.В	Проектирование швейных изделий в САПР. Конспект лекций	Учебное пособие	М.: МГУДТ	2016	http://znanium.com/catalog/product/961356	-
4.	Рыкова Е.С., Рябова Е.А., Фукин В.А.	Выявление исторических прототипов современной моды в обуви и	Учебное пособие	М.: МГУДТ	2011	Локальная сеть РГУ им. А.Н. Косыгина	-

		закономерностей ее развития					
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1.	Андреева Е.Г., Лунина Е.В., Петросова И.А., Гусева М.А., Гетманцева В.В., Базаев Е.М., Шпачкова и др.	Научные исследования и разработки в области конструирования швейных изделий. Монография. Книга 1.	Монография	М.: Издательство «Спутник +»	2016	http://znanium.com/catalog/product/427176	-
2.	Гусева М.А., Петросова И.А., Андреева Е.Г., Гетманцева В.В., Лунина Е.В.	Разработка проектно-конструкторской документации на новые модели	Учебное пособие	М.: РГУ им. А.Н. Косыгина,	2017	http://biblio.kosygin-rgu.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=108	-
3.	Гусева М.А., Рогожин А.Ю., Лунина Е.В., Петросова И.А., Андреева Е.Г., Гетманцева В.В.	Проектирование швейных изделий в САПР. Конструирование и моделирование одежды в автоматизированной среде	Учебное пособие	М.: МГУДТ	2016	http://biblio.kosygin-rgu.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=108	-
4.	Гетманцева В.В.	Структура формирования электронного образа модели при виртуальном проектировании одежды	Статья	Санкт-Петербург: Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности	2011	https://elibrary.ru/item.asp?id=16888955	-
5.	Костылева В.В., Синева О.В..	Сценарии проектирования конструктивных основ, внутренних и промежуточных деталей обуви различных видов	Учебное пособие	М: МГУДТ	2021	Локальная сеть университета	-
6.	Орлова А.А., Костылева В.В.	Информационно-телекоммуникационные технологии в проектировании изделий	Учебное пособие	М: МГУДТ	2012	http://znanium.com/catalog/product/462009	-

7.	Костылева В.В., Синева О.В. Радченко Н.Н. Максимова И.А.	Проектирование конструктивных основ полуботинка и ботинка с настрочными берцами и с настрочной союзкой	Учебное пособие	М: МГУДТ	2020	http://znanium.com/catalog/product/462009	-
8.	Орлова А.А., Костылева В.В.	Роль и место эстетических свойств обуви в общем комплексе показателей качества	Учебное пособие	М: МГУДТ	2012	Локальная сеть РГУ им. А.Н. Косыгина	-
9.	Грошева Н.Н. Костылева В.В. Рыкова Е.С. 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., Фролова Е.В.	Инструкция по применению системы автоматизированного проектирования AutoCAD 2007	Учебное пособие	М: МГУДТ	2010	http://znanium.com/catalog/product/462083	-
4.	Киселев С.Ю., 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	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2019 г. - 2022 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/	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	База данных Springer Materials: https://materials.springer.com/	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	База данных Springer Nature Protocols and Methods: http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols	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	https://www.orbit.com/	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	https://www.ccdc.cam.ac.uk/	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»	https://e.lanbook.com/	Действует до 17.02.2024 г.
7.	2023	Договор № 494 эбс от 12.10.2022 г.	О предоставлении доступа к ЭБС Znanium.com	ООО «ЗНАНИУМ»	https://znanium.com/	Действует до 12.10.2023 г.
8.	2023	Договор № 450-22 Е-44-5 от 05.10.2022 г.	О предоставлении доступа к образовательной платформе «ЮРАЙТ»	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»	https://urait.ru/	Действует до 14.10.2023 г.
9.	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	https://www.elibrary.ru/	Действует до 25.05.2023
10.	2023	Договор	О предоставлении	ООО	https://e.lanbook.com/	Действ

	2/2 023	№ 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.	права использования программного обеспечения. О предоставлении доступа к разделам базы данных	«Издательство Лань»		улет до 18.02.2023 г.
11.	2022	РФФИ Информационное письмо № 981 от 19.07.2022	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Questel SAS	РФФИ	https://www.orbit.com/	Действ улет 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	https://www.dl.begellhouse.com/collections/6764f0021c05bd10.html	Действ улет 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: https://rd.springer.com/	Действ улет 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: https://rd.springer.com/	Действ улет 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	http://www.springernature.com/gp/librarians База данных Nature journals коллекции Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ https://link.springer.com База данных Springer Journals: https://link.springer.com/ База данных Springer Materials: https://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols and methods: https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols	Действ улет 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	https://www.ccdc.cam.ac.uk/	Действ улет с 01.07.2022 г. по 31.12.2022 г.

17.	202 1/2 022	Договор № 967-ЕП- 44-21 от 07.11.2021 г.	О предоставлении доступа к ЭБС Znanium.com	ООО «ЗНАНИУ М»	https://znanium.com/	Действ ует до 06.11.2 022 г.
18.	202 1/2 022	Договор № 800 ЕП-44- 20 от 22.09.2021 г.	О предоставлении доступа к образовательной платформе «ЮРАЙТ»	ООО «Электронн ое издательств о ЮРАЙТ»	https://urait.ru/	Действ ует до 14.10.2 022 г.
19.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 07.04.2023 г. № 574	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Wiley	РЦНИ	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2023 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/	Ресурс бессро чный
20.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1950	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Nature journals (год издания – 2023 г. - тематическая коллекция Physical Sciences & Engineering Package): https://www.nature.com/ База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематические коллекции Physical Sciences & Engineering Package) : https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
21.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1949	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематическая коллекция Social Sciences Package) : https://link.springer.com/ База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) https://www.nature.com/	Ресурс бессро чный
22.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1948	О предоставлении доступа к содержанию баз данных издательства Springer Nature	РЦНИ	База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package.): https://www.nature.com/ База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package https://link.springer.com База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) : https://link.springer.com/	Ресурс бессро чный
23.	202 3	Приложение 1 к письму РЦНИ от 29.12.2022 г. № 1947	О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РЦНИ	eBooks Collections (i.e.2023 eBook Collections, год издания - 2023, в т.ч. выпущенных в 2022 г. - тематическая коллекция Physical Sciences, Social Sciences, Life Sciences, Engineering Package): http://link.springer.com/	Ресурс бессро чный

24.	202 2	Приложение 1 к письму РФФИ от 08.08.2022 г. №1065)	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Nature journals коллекции Academic journals, Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ База данных Springer Journals: https://link.springer.com/	Ресурс бесро- чный
25.	202 2	Приложение 1 к письму РФФИ от 30.06.2022 г. № 910	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Springer Journals: https://link.springer.com/ База данных Adis Journals (выпуски 2022 г.): https://link.springer.com/	Ресурс бесро- чный
26.	202 2	Приложение 1 к письму РФФИ от 30.06.2022 г. № 909.	О предоставлении доступа к электронным ресурсам Springer Nature	РФФИ	База данных Nature journals (выпуски 2022 г.): https://www.nature.com/ База данных Springer Journals: https://link.springer.com/	Ресурс бесро- чный
27.	202 1	Приложение 1 к письму РФФИ от 17.09.2021 г. № 965	О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature	РФФИ	eBooks Collections (i.e.2020 eBook Collections): http://link.springer.com/	Ресурс бесро- чный
28.	201 9	Приложение № 2 к письму РФФИ № 809 от 24.06.2019 г.	О предоставлении сублицензионного доступа к содержанию баз данных издательство Springer Nature	РФФИ	База данных Springer Journals (за 2019 г.): https://link.springer.com/ База данных Nature journals (выпуски 2019 г.): https://www.nature.com/	Ресурс бесро- чный
29.	201 8	Договор № 101/НЭБ/0486-п от 21.09.2018 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке» (НЭБ)	ФГБУ РГБ	http://нэб.рф/	Ресурс бесро- чный
30.	201 6/2 017	Приложение № 2 к письму РФФИ № 779 от 16.09.2016 г.	О предоставлении доступа к БД издательства SpringerNature (выпуски за 2016-2017 гг)	РФФИ	https://link.springer.com/ https://www.springerprotocols.com/ https://materials.springer.com/ https://link.springer.com/search?facet-content-type=%ReferenceWork%22 http://zbmath.org/ http://npg.com/	Ресурс бесро- чный с 01.01.2 017
36.	201 6/2 019	Соглашение № 2014 от 29.10.2016 г.	О предоставлении доступа к БД СМИ	ООО "ПОЛПРЕД Справочник и"	http://www.polpred.com	Ресурс бесро- чный
37.	201 5/2 019	Договор № 101/НЭБ/0486 от 16.07.2015 г.	О предоставлении доступа к «Национальной электронной библиотеке»	ФГБУ РГБ	http://нэб.рф/	Ресурс бесро- чный
38.	201 3/2 019	Соглашение № ДС-884-2013 от	О сотрудничестве в Консорциуме	НП НЭИКОН	http://www.neicon.ru/	Ресурс бесро- чный

		18.10.2013 г.				
39.	201 3/2 019	Лицензионное соглашение № 8076 от 20.02.2013 г.	О предоставлении доступа к eLIBRARY.RU	ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ)	http://www.elibrary.ru/	Ресурс бесплатный

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:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры