

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 16.10.2023 17:39:01  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

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  
Кафедра    Дизайн костюма

---

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Построение бизнеса в сфере fashion

---

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	54.04.01    Дизайн
Профиль	Теория и практика креативного проектирования средовых объектов
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года
Форма обучения	очно-заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Построение бизнеса в сфере fashion» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 6 от 14.02.2023 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины «Построение бизнеса в сфере fashion»:

Профессор

О.В. Ковалева

Заведующий кафедрой:

Н.А. Лобанов

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Построение бизнеса в сфере fashion» изучается во втором семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрены.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

второй семестр - экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Построение бизнеса в сфере fashion» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучение дисциплины опирается на результаты освоения образовательной программы предыдущего уровня.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам в бакалавриате и магистратуре:

- Тренд-аналитика;
- Дизайнерский рисунок;
- Тренд-аналитика. Матрица ассортиментных групп. Фэшн иллюстрация
- Научно-технический семинар (Зачет с оценкой по модулю "Модуль 1").

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Бизнес-процессы и продвижение бренда;
- Лингвистические коммуникации в индустрии моды;
- Имиджиология и клиентология. Часть 2;
- Производственная практика. Преддипломная практика.

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

Целями освоения учебной дисциплины «Построение бизнеса в сфере fashion» являются:

- формирование знаний и навыков в области построения и развития бизнеса в сфере моды;
- понимание основных принципов работы и организации бизнеса в сфере моды;
- развитие умений проводить маркетинговые исследования и анализировать данные, связанные с рынком модной индустрии;
- овладение навыками планирования и организации бизнес-процессов в сфере моды;
- развитие навыков управления бизнесом и финансовой деятельностью в сфере моды;
- овладение навыками создания бренда, управления имиджем и продвижения на рынке модной индустрии;
- развитие умений формировать и развивать команду профессионалов в области моды;
- 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
<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p>ИД-УК-1.1 Анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода</p>	<p>-анализирует возможные проблемы при построении бизнеса;</p>
	<p>ИД-УК-1.2 Осуществление поиска вариантов решения проблемной ситуации на основе</p>	<p>- использует различные источники информации, в том числе коллективные дискуссии для избегания возможных проблем при построении бизнеса в сфере fashion;</p>
	<p>ИД-УК-1.3 Критическая оценка надежности источников информации, работа с противоречивой информацией из разных источников</p>	<p>- анализирует противоречивую бизнес - информацию из разных источников;</p>
<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>ИД-УК-2.1 Разработка концепции проекта в рамках обозначенной проблемы: формулировка цели, задач, обоснование актуальности, значимости, ожидаемых результатов и возможных сфер их применения</p>	<p>- разрабатывает собственный бизнес-проект, определяет его цели, задачи, целевую аудиторию, необходимые затраты и сферы практического применения;</p>
	<p>ИД-УК-2.2 Выделение этапов работы над проектом и определение роли и задач команды проекта на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>- обосновывает позиции разных этапов проекта с точки зрения интеллектуального и рукотворного вклада его участников;</p>
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>ИД-УК-3.1 Выбор стиля руководства в зависимости от поставленной цели, задач и условий работы, формирование навыков эффективного лидера</p>	<p>- проявляет лидерские позиции при инициировании бизнес-проекта, его реализации и продвижении;</p>
	<p>ИД-УК-3.2 Организация дискуссии по заданной теме и обсуждения результатов работы команды с привлечением оппонентов разработанным идеям</p>	<p>- защищает бизнес-проект в присутствии оппонентов;</p>
<p>ПК-5 Способен применять при реализации профессиональной деятельности проектный подход,</p>	<p>ИД-ПК-5.3 Анализ проблемных профессиональных ситуаций и осуществление поиска вариантов их решения на основе различных источников информации,</p>	<p>- анализирует варианты возможных затруднений, в том числе и профессиональных, при реализации бизнес-проекта в сфере fashion; - выдвигает предложения по</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
выстраивая деловую межкультурную коммуникацию и командную работу на принципах системного критического мышления, взаимодействия, самоорганизации и саморазвития	мозгового командного штурма. Разработка командной стратегии, прогноз результатов ее применения при решении профессиональных задач	решению проблем с помощью командной стратегии.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очно-заочной форме обучения	4	з.е.	144	<b>час.</b>
--------------------------------	---	------	-----	-------------

#### 3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очно-заочная 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	курсовая работа	самостоятельная работа обучающегося,	промежуточная аттестация, час
2 семестр	экзамен	144	9	9				72	54
Всего:	экзамен	144	9	9				72	54

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

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
<b>Второй семестр</b>							
УК-1	<b>Раздел I. Маркетинг</b>	<b>3</b>	<b>3</b>			<b>24</b>	Формы текущего контроля по разделу I: 1. эссе; 2. круглый стол (дискуссия); 3. выступление с презентацией; 4. разбор кейсов; 5. текущее тестирование.
ИД-УК-1.1	<b>Лекция 1.1.</b>	1				3	
ИД-ПК-1.2	Исследование рынка моды.						
ИД-ПК-1.3	<b>Практическое занятие № 1.1.</b>		1			3	
УК-2	Анализ ассортимента конкурентов.						
ИД-УК-2.1	<b>Лекция 1.2.</b>	1				3	
ИД-ПК-2.2	Определение целевой аудитории.						
УК-3	<b>Практическое занятие № 1.2.</b>		1			3	
ИД-УК-3.1	Исследование целевой аудитории.						
ИД-УК-3.2	<b>Лекция 1.3, 1.4</b>	1				6	
ПК-5	Разработка брендинга. Создание маркетинговой стратегии.						
ИД-ПК-5.3	<b>Практическое занятие № 1.3, 1.4</b>		1			6	
	Анализ тенденций молодого рынка. Сбор и анализ данных о продажах.						
УК-1	<b>Раздел II. Производство</b>	<b>3</b>	<b>3</b>			<b>24</b>	Формы текущего контроля по разделу II: 1. круглый стол (дискуссия); 2. выступление с презентацией; 3. разбор кейсов; 4. текущее тестирование.
ИД-УК-1.1	<b>Лекция 2.1.</b>	1				3	
ИД-ПК-1.2	Определение источников поставок.						
ИД-ПК-1.3	<b>Практическое занятие № 2.1.</b>		1			3	
УК-2	Разработка маркетинговой стратегии.						
ИД-УК-2.1	<b>Лекция 2.2.</b>	1				3	
ИД-ПК-2.2	Выбор материалов.						
УК-3	<b>Практическое занятие № 2.2.</b>		1			3	
ИД-УК-3.1	Создание бренда.						
ИД-УК-3.2	<b>Лекция 2.3, 2.4</b>	1				6	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка,		
ПК-5 ИД-ПК-5.3	Разработка дизайна. Организация производства.						
	<b>Практическое занятие № 2.3, 2.4</b> Оптимизация сайта и SEO. Контент-маркетинг.		1			6	
УК-1	<b>Раздел III. Финансы</b>	<b>3</b>	<b>3</b>			<b>24</b>	Формы текущего контроля по разделу III: 1. эссе; 2. круглый стол (дискуссия); 3. текущее тестирование.
ИД-УК-1.1	<b>Лекция 3.1.</b>	1				3	
ИД-ПК-1.2	Формирование бизнес плана.						
ИД-ПК-1.3	<b>Практическое занятие № 3.1.</b>		1			3	
УК-2	Бизнес планирование.						
ИД-УК-2.1	<b>Лекция 3.2.</b>	1				3	
ИД-ПК-2.2	Финансовое планирование и управление бюджетом.						
УК-3	<b>Практическое занятие № 3.2.</b>		1			3	
ИД-УК-3.1	Управление финансами.						
ИД-УК-3.2	<b>Лекция 3.3, 3.4.</b>						
ПК-5	Поиск инвестиций. Оценка финансовой эффективности.	1				6	
ИД-ПК-5.3	<b>Практическое занятие № 3.3, 3.4.</b>						
	Управление производством и логистикой.		1			6	
	Управление персоналом.						
	<b>Экзамен</b>					<b>54</b>	компьютерное тестирование
	<b>ИТОГО за второй семестр</b>	<b>9</b>	<b>9</b>			<b>72</b>	

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I. Маркетинг</b>		
1.1	<b>Лекция 1.1.</b> Исследование рынка моды. <b>Практическое занятие № 1.1.</b> Анализ ассортимента конкурентов.	<p>Для успешного построения бизнеса в сфере моды нужно тщательно изучить рынок, конкурентов и тренды. Исследование рынка моды поможет определить свою нишу на рынке и выбрать оптимальный способ продвижения продукции.</p> <p>В ходе занятия студенты изучат ассортимент продукции конкурентов на рынке и проведут анализ сильных и слабых сторон каждого из них. Это поможет определить свою нишу на рынке и создать уникальное предложение.</p>
1.2	<b>Лекция 1.2.</b> Определение целевой аудитории. <b>Практическое занятие № 1.2.</b> Исследование целевой аудитории.	<p>Определение целевой аудитории: Чтобы бизнес был успешным, нужно точно знать свою целевую аудиторию и учитывать ее потребности и предпочтения. Важно провести исследование, чтобы выяснить, кто может заинтересоваться вашими продуктами и какие потребности у них есть.</p> <p>В рамках занятия студенты узнают, как проводить исследование целевой аудитории, собирать данные о ее потребностях и предпочтениях, анализировать полученную информацию и использовать ее для улучшения продукта.</p>
1.3	<b>Лекция 1.3.</b> Разработка брендинга. <b>Практическое занятие № 1.3.</b> Анализ тенденций молодого рынка.	<p>Разработка брендинга: Брендинг - это создание уникального имиджа и стиля для вашего бизнеса. Он поможет вам выделиться среди конкурентов и привлечь внимание целевой аудитории. Важно разработать логотип, название, слоган, цветовую гамму и другие элементы, которые помогут создать узнаваемый и привлекательный бренд.</p> <p>В ходе занятия студенты будут изучать текущие тенденции в индустрии моды, анализировать их и использовать полученные знания для создания уникального продукта, который будет соответствовать требованиям рынка.</p>
1.4	<b>Лекция 1.4.</b> Создание маркетинговой стратегии. <b>Практическое занятие № 1.4.</b> Сбор и анализ данных о продажах.	<p>Создание маркетинговой стратегии: Маркетинговая стратегия - это план, который определяет, как продвигать вашу продукцию и привлекать новых клиентов. Она включает в себя выбор каналов продвижения, создание рекламных материалов, организацию акций и мероприятий, анализ эффективности маркетинговых мероприятий и т.д.</p> <p>В рамках занятия студенты узнают, как собирать данные о продажах, анализировать их и использовать полученную информацию для оптимизации бизнес-процессов и повышения эффективности продаж.</p>

<b>Раздел II. Производство</b>		
<b>2.1</b>	<b>Лекция 2.1</b> Определение источников поставок. <b>Практическое занятие № 2.1.</b> Разработка маркетинговой стратегии.	<p>Определение источников поставок: Для успешного бизнеса в сфере моды необходимо найти надежных поставщиков материалов и компонентов. Важно провести исследование рынка и выбрать лучших поставщиков по качеству, цене и скорости поставок.</p> <p>В ходе занятия студенты узнают, как разрабатывать маркетинговую стратегию, определять целевую аудиторию, создавать уникальное предложение и выбирать подходящие каналы продвижения.</p>
<b>2.2</b>	<b>Лекция 2.2</b> Выбор материалов. <b>Практическое занятие № 2.2.</b> Создание бренда.	<p>Выбор материалов: Выбор правильных материалов является важным этапом в создании качественной продукции. Необходимо выбрать материалы, которые соответствуют дизайну, качеству и стоимости продукции, а также учитывать экологические факторы.</p> <p>В рамках занятия студенты узнают, как создать уникальный бренд, который будет соответствовать потребностям целевой аудитории, и как использовать бренд для повышения узнаваемости и продвижения продукта.</p>
<b>2.3</b>	<b>Лекция 2.3</b> Разработка дизайна. <b>Практическое занятие № 2.3.</b> Оптимизация сайта и SEO.	<p>Разработка дизайна: Дизайн является ключевым элементом в создании успешного бизнеса в сфере моды. Необходимо разработать уникальные и оригинальные дизайны, которые будут соответствовать требованиям целевой аудитории. Важно учитывать тренды и модные направления.</p> <p>В ходе занятия студенты узнают, как оптимизировать сайт и использовать SEO-стратегии для улучшения позиций в поисковых системах и привлечения целевой аудитории на сайт.</p>
<b>2.4</b>	<b>Лекция 2.4.</b> Организация производства. <b>Практическое занятие № 2.4.</b> Контент-маркетинг.	<p>Организация производства: Организация производства - это процесс, который включает в себя создание плана производства, выбор оборудования, найм персонала, управление производственными процессами и т.д. Необходимо определить оптимальные методы производства, чтобы получить высококачественную продукцию и снизить затраты.</p> <p>В рамках занятия студенты узнают, как использовать контент-маркетинг для привлечения и удержания целевой аудитории, как создавать качественный контент и распространять его на различных каналах коммуникации.</p>
<b>Раздел III. Финансы</b>		
<b>3.1</b>	<b>Лекция 3.1.</b> Формирование бизнес плана. <b>Практическое занятие № 3.1.</b> Бизнес планирование.	<p>Формирование бизнес-плана: Бизнес-план - это документ, который описывает все аспекты вашего бизнеса, включая маркетинг, производство, финансы и т.д. Он поможет определить все затраты</p>



		<p>и доходы, которые связаны с запуском бизнеса, а также показать возможные риски и выгоды.</p> <p>В ходе занятия студенты узнают, как составлять бизнес-план, как определять финансовые показатели и как оценивать риски и возможности своего бизнеса.</p>
3.2	<p><b>Лекция 3.2.</b> Финансовое планирование и управление бюджетом. <b>Практическое занятие № 3.2.</b> Управление финансами.</p>	<p>Финансовое планирование и управление бюджетом: Финансовое планирование - это процесс, который поможет определить затраты, выручку и прибыль вашего бизнеса. Необходимо учитывать все затраты, такие как производство, маркетинг, зарплаты, налоги и т.д. Управление бюджетом - это процесс, который поможет контролировать расходы и прибыль вашего бизнеса. Важно уметь планировать бюджет и контролировать его исполнение, чтобы избежать финансовых проблем.</p> <p>В рамках занятия студенты узнают, как управлять финансами своего бизнеса, как составлять бюджет, как оценивать финансовую эффективность и как принимать финансовые решения.</p>
3.3	<p><b>Лекция 3.3.</b> Поиск инвестиций. <b>Практическое занятие № 3.3.</b> Управление производством и логистикой.</p>	<p>Поиск инвестиций: Для запуска бизнеса в сфере моды может потребоваться дополнительное финансирование. Необходимо провести исследование рынка и найти потенциальных инвесторов, которые смогут вложить средства в ваш проект. Важно предоставить инвесторам детальную информацию о вашем бизнесе и показать потенциальную прибыль.</p> <p>В ходе занятия студенты узнают, как управлять производственными процессами, как оптимизировать логистику и как обеспечить высокое качество продукции.</p>
3.4	<p><b>Лекция 3.4.</b> Оценка финансовой эффективности. <b>Практическое занятие № 3.4.</b> Управление персоналом.</p>	<p>Оценка финансовой эффективности: Оценка финансовой эффективности - это процесс, который позволяет определить доходность вашего бизнеса. Необходимо проанализировать все затраты и доходы, связанные с бизнесом, чтобы определить его рентабельность. Важно учитывать все факторы, такие как конкуренция, спрос на продукцию, затраты на производство и т.д.</p> <p>В рамках занятия студенты узнают, как управлять персоналом, как формировать команду, как мотивировать сотрудников и как решать конфликты в коллективе.</p>

### 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, практическим занятиям, экзамену;
- изучение учебных пособий;
- изучение тем, не выносимых на лекции и практические занятия, самостоятельно;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических выступлений и эссе на проблемные темы;
- подготовка к тестированию;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам и др.

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

- круглый стол (дискуссия),
- разбор кейсов,
- тестирование,
- проведение консультаций перед экзаменом;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН.

Перечень разделов/тем/, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
<b>Раздел I</b>	<b>Маркетинг</b>			
Лекция 1.4	Создание маркетинговой стратегии	Подготовиться к дискуссии на тему: «Стратегии в маркетинге»	Круглый стол (дискуссия)	4

### 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.

Применяется следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

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

<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>использование ЭО и ДОТ</b>	<b>объем, час</b>	<b>включение в учебный процесс</b>
смешанное обучение	лекции	9	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	9	

#### 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-1.1 ИД-УК-1.2 ИД-УК-1.3 УК-2 ИД-УК-2.1 ИД-УК-2.2 УК-3 ИД-УК-3.1 ИД-УК-3.2		ПК-5 ИД-ПК-5.3
высокий		отлично	Обучающийся на высоком уровне: -анализирует возможные проблемы при построении бизнеса; - использует различные источники информации, в том числе коллективные дискуссии для избегания возможных проблем при построении бизнеса в сфере fashion; - анализирует противоречивую бизнес - информацию из разных источников; - разрабатывает собственный бизнес-проект, определяет его цели, задачи, целевую	-	Обучающийся на высоком уровне: - анализирует варианты возможных затруднений, в том числе и профессиональных, при реализации бизнес-проекта в сфере fashion; - выдвигает предложения по решению проблем с помощью командной стратегии.

			<p>аудиторию, необходимые затраты и сферы практического применения;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновывает позиции разных этапов проекта с точки зрения интеллектуального и рукотворного вклада его участников;</li> <li>- проявляет лидерские позиции при инициировании бизнес-проекта, его реализации и продвижении;</li> <li>- защищает бизнес-проект в присутствии оппонентов;</li> </ul>		
повышенный		хорошо	<p>Обучающийся на хорошем уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует возможные проблемы при построении бизнеса, но допускает не большие неточности;</li> <li>- использует ограниченные виды источников информации, в том числе коллективные дискуссии для избегания возможных проблем при построении бизнеса в сфере fashion;</li> <li>- не всегда анализирует противоречивую бизнес - информацию из разных источников;</li> <li>- разрабатывает собственный бизнес-проект, определяет его цели, задачи, но не всегда правильно выбирает целевую</li> </ul>		<p>Обучающийся на хорошем уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует лишь часть из возможных вариантов затруднений, в том числе и профессиональных, при реализации бизнес-проекта в сфере fashion;</li> <li>- выдвигает предложения по решению проблем, но редко прибегает к помощи команды.</li> </ul>

			<p>аудиторию и не точно просчитывает необходимые затраты;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновывает с небольшими затруднениями позиции разных этапов проекта с точки зрения интеллектуального и рукотворного вклада его участников;</li> <li>- не всегда проявляет лидерские позиции при инициировании бизнес-проекта, его реализации и продвижении;</li> <li>- защищает бизнес-проект в присутствии оппонентов, но при этом не всегда аргументировано отстаивает свои позиции;</li> </ul>		
базовый		удовлетворительно	<p>Обучающийся на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует лишь отдельную проблему при построении бизнеса;</li> <li>- использует один вид источников информации, при этом не практикует коллективные дискуссии для избегания возможных проблем при построении бизнеса в сфере fashion;</li> <li>- не анализирует противоречивую бизнес - информацию из разных источников;</li> </ul>	—	<p>Обучающийся на базовом уровне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует с ошибками варианты возможных затруднений, в том числе и профессиональных, при реализации бизнес-проекта в сфере fashion;</li> <li>- практически не выдвигает предложений по решению проблем .</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывает собственный бизнес-проект, определяет его цели, задачи, целевую аудиторию, необходимые затраты, но не всегда видит пути продвижения и сферы практического применения;</li> <li>- слабо обосновывает позиции разных этапов проекта с точки зрения интеллектуального и рукотворного вклада его участников;</li> <li>- не проявляет лидерские позиции при инициировании бизнес-проекта, его реализации и продвижении;</li> <li>- не аргументировано защищает бизнес-проект в присутствии оппонентов;</li> </ul>		
низкий		неудовлетворительно	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания материала, 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>– допускает грубые ошибки в описании области применения современных философско-методологических идей для определения тенденций развития командного взаимодействия;</li> <li>– при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрирует недостаточный уровень знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала;</li> <li>– при ответах на дополнительные вопросы допускает множество ошибок.</li> </ul>		

## 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 «Построение бизнеса в сфере fashion» 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.	Эссе по разделу I «Маркетинг»	Темы эссе 1. Роль маркетинга в построении успешного бизнеса в сфере моды 2. Методы маркетинга можно использовать для привлечения и удержания клиентов в индустрии моды 3. Маркетинговые исследования могут помочь предпринимателям в сфере моды принимать стратегические решения 4. Образом использование социальных сетей может повысить эффективность маркетинговых кампаний в индустрии моды 5. Маркетинг может помочь брендам в сфере моды дифференцироваться от конкурентов и создать уникальный имидж 6. Значение имеет ценовая стратегия в маркетинге модных брендов 7. Маркетинговые инструменты могут помочь сократить затраты на рекламу и продвижение в индустрии моды 8. Использование инфлюенсеров и брендовых послов может повысить эффективность маркетинговых кампаний в индустрии моды 9. Значение имеет управление брендом в маркетинге модных компаний 10. Тенденции в маркетинге моды можно выделить на текущий момент
2.	Эссе по разделу III «Финансы»	Темы эссе 1. Финансовые аспекты нужно учитывать при создании бизнеса в сфере моды. 2. Методы привлечения инвестиций могут быть эффективны для модных стартапов. 3. Роль играет управление кассовым потоком в бизнесе модных брендов. 4. Финансовые риски могут возникнуть в индустрии моды, и как их можно минимизировать. 5. Образом можно оценить финансовую эффективность модного бизнеса. 6. Правильно определить цены на продукцию в индустрии моды. 7. Использование финансовых инструментов может помочь модным компаниям снизить затраты.



№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		8. Роль играет финансовое планирование в развитии бизнеса в сфере моды. 9. Эффективность инвестиций в модный бизнес. 10. Новые технологии и методы финансового управления могут быть использованы в сфере моды.
3.	Круглый стол (дискуссия) по разделу I «Маркетинг»	Темы круглого стола (дискуссий) 1. Маркетинговые стратегии в модной индустрии. 2. Потребительское поведение в индустрии моды. 3. Интернет-маркетинг в индустрии моды. 4. Влияние социальных сетей на продвижение модных брендов. 5. Брендирование в модной индустрии. 6. Маркетинговые исследования в индустрии моды. 7. Устойчивый маркетинг в индустрии моды. 8. Эффективное использование инфлюэнсер-маркетинга в индустрии моды.
4.	Круглый стол (дискуссия) по разделу II «Производство»	Темы круглого стола (дискуссий) 1. Начало производства. 2. Технологии производства в индустрии моды. 3. Организация производства в индустрии моды. 4. Качество и контроль качества в производстве модной одежды. 5. Инновации в производстве в индустрии моды. 6. Производственные риски в индустрии моды. 7. Устойчивое производство в индустрии моды. 8. Локализация производства в индустрии моды. 9. Производство и массовое производство в индустрии моды. 10. Производство на заказ в индустрии моды. 11. Оптимизация производства в индустрии моды. 12. Производство и взаимодействие с поставщиками в индустрии моды. 13. Интеллектуальная собственность в индустрии моды. 14. Инновационные материалы в индустрии моды. 15. Производство и цифровая трансформация в индустрии моды. 16. Глобализация производства в индустрии моды. 17. Сотрудничество с производителями в других странах. 18. Производственный процесс и технологии в дизайне костюма. 19. Производственный процесс и технологии в текстильной промышленности. 20. Цепочка поставок в индустрии моды. 21. Автоматизация и роботизация в производстве в индустрии моды.

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
5.	Круглый стол (дискуссия) по разделу III «Финансы»	<p>22. Интернет вещей (IoT) и производство в индустрии моды.</p> <p>Темы круглого стола (дискуссий)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Финансирование модных стартапов.</li> <li>2. Управление кассовым потоком в бизнесе модных брендов.</li> <li>3. Финансовые риски в индустрии моды.</li> <li>4. Оценка финансовой эффективности модного бизнеса.</li> <li>5. Ценообразование в индустрии моды.</li> <li>6. Финансовое планирование в модном бизнесе.</li> <li>7. Оценка инвестиций в модный бизнес.</li> <li>8. Финансовая отчетность модных компаний.</li> <li>9. Развитие новых технологий в финансовой сфере.</li> <li>10. Устойчивость финансового положения модных компаний.</li> <li>11. Финансовая стратегия в бизнесе моды.</li> <li>12. Финансирование дизайнерских коллекций.</li> <li>13. Финансовые аспекты международной экспансии модных брендов.</li> <li>14. Финансовые инструменты для снижения налоговой нагрузки в модной индустрии.</li> <li>15. Инвестирование в модные стартапы.</li> </ol>
6.	Выступление с презентацией по разделу I /Лекции 1.1 «Исследование рынка моды»	<p>Темы выступлений с презентациями</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ потребительского поведения на рынке моды.</li> <li>2. Исследование рынка моды в разных странах.</li> <li>3. Рынок моды в эпоху цифровых технологий.</li> <li>4. Исследование конкурентов на рынке моды.</li> <li>5. Исследование рынка локальной моды.</li> <li>6. Тенденции и прогнозы на рынке моды.</li> <li>7. Исследование рынка роскошной моды.</li> <li>8. Исследование влияния устойчивой моды на рынок.</li> <li>9. Анализ влияния модных блогеров на рынок.</li> <li>10. Исследование потребительского спроса на дизайнерские коллекции.</li> </ol>
7.	Выступление с презентацией по разделу I /Лекции 1.4 «Создание маркетинговой стратегии»	<p>Темы выступлений с презентациями</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение целевой аудитории.</li> <li>2. Анализ конкурентов.</li> <li>3. Разработка уникального бренда.</li> <li>4. Определение маркетинговых каналов.</li> <li>5. Создание продуктового портфеля.</li> </ol>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<ul style="list-style-type: none"> <li>6.Определение ценовой политики.</li> <li>7.Создание плана маркетинговых мероприятий.</li> <li>8.Мониторинг и анализ результатов.</li> <li>9.Изучение целевой аудитории.</li> <li>10.Анализ конкурентов.</li> <li>11.Определение уникального предложения.</li> <li>12.Определение ценовой стратегии.</li> <li>13.Разработка маркетингового плана.</li> <li>14.Развитие бренда.</li> </ul>
8.	Выступление с презентацией по разделу II /Лекции 2.1 «Определение источников поставок»	<p>Темы выступлений с презентациями</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.Определение стратегии закупок в сфере моды: от исследования рынка до выбора поставщиков.</li> <li>2.Анализ поставщиков и производственных возможностей: как выбрать лучших партнеров для вашего бизнеса.</li> <li>3.Управление поставками: от заказа до контроля качества.</li> <li>4.Создание эффективной системы логистики: оптимизация доставки и хранения товаров.</li> <li>5.Инновационные методы поставок в сфере моды: использование технологий и новых моделей бизнеса.</li> <li>6.Как наладить работу с местными поставщиками: особенности взаимодействия с производителями в разных регионах мира.</li> <li>7.Риск-менеджмент в закупках: как снизить риски при работе с поставщиками.</li> <li>8.Аутсорсинг производства: за и против. Как сделать правильный выбор.</li> <li>9.Системы управления запасами в сфере моды: оптимизация инвентаризации и минимизация потерь.</li> <li>10.Экологические аспекты поставок в индустрии моды: как сохранить баланс между бизнесом и окружающей средой.</li> </ul>
9.	Кейс-задание по разделу I/Лекции 1.2 «Определение целевой аудитории»	<p>Наименования кейс-заданий</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1.Создание портрета идеального покупателя для конкретной коллекции: определите характеристики, которые важны для вашей целевой аудитории и создайте имидж вашего будущего покупателя.</li> <li>2.Анализ конкурентов: выберите несколько успешных брендов в вашей нише и проанализируйте их целевую аудиторию. Определите, что делает вашу целевую аудиторию уникальной, и как вы можете использовать эту информацию для своего бизнеса.</li> <li>3.Сегментация рынка: разделите вашу целевую аудиторию на несколько сегментов на основе возраста, пола, интересов и других характеристик. Определите, какие из этих сегментов наиболее</li> </ul>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>привлекательны для вашего бренда и почему.</p> <p>4.Опрос аудитории: проведите опрос среди вашей целевой аудитории, чтобы выяснить, какие их потребности и предпочтения, и как они относятся к вашему бренду. Используйте эту информацию, чтобы настроить свою маркетинговую стратегию.</p> <p>5.Анализ данных продаж: изучите данные продаж, чтобы определить, какие группы клиентов наиболее часто приобретают ваши товары, какой товар самый популярный, и т.д. Это поможет вам понять, кто составляет вашу целевую аудиторию и как вы можете удовлетворить их потребности.</p> <p>Кейс-задания на тему "Определение целевой аудитории" для студентов направления Дизайн костюма:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Вы запускаете свою собственную линию одежды, которая будет продаваться в магазинах. Как бы вы определили свою целевую аудиторию?</li> <li>2.Вы создаете коллекцию одежды для спортсменов. Как бы вы определили свою целевую аудиторию и как бы вы определили, какой вид спорта следует охватить?</li> <li>3.Вы открываете магазин обуви в центре города. Как бы вы определили свою целевую аудиторию и как бы вы использовали эту информацию для продвижения своего бренда?</li> <li>4.Вы открываете свой онлайн-магазин одежды. Как бы вы определили свою целевую аудиторию и как бы вы использовали социальные сети для продвижения своего бренда?</li> <li>5.Вы решили создать новую линию мужской одежды. Как бы вы определили свою целевую аудиторию и как бы вы использовали эту информацию для разработки своей коллекции и ее продвижения на рынке?</li> <li>6.Вы хотите запустить свою линию одежды для женщин, которые любят путешествовать. Как бы вы определили свою целевую аудиторию и как бы вы использовали эту информацию для разработки своей коллекции и ее продвижения на рынке?</li> <li>7.Вы запускаете свой собственный бренд обуви для детей. Как бы вы определили свою целевую аудиторию и как бы вы использовали эту информацию для разработки своей коллекции и ее продвижения на рынке?</li> <li>8.Вы хотите создать свой собственный бренд аксессуаров для женщин. Как бы вы определили свою целевую аудиторию и как бы вы использовали эту информацию для разработки своей коллекции и ее продвижения на рынке?</li> <li>9.Вы открываете свой собственный бутик одежды в крупном торговом центре. Как бы вы определили свою целевую аудиторию и как бы вы использовали эту информацию для привлечения клиентов и увеличения продаж?</li> </ol>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>Кейс-задания на тему "Определение целевой аудитории" для направления "Дизайн костюма" могут быть следующими:</p> <p>1.Определение целевой аудитории для новой коллекции костюмов Вы создаете новую коллекцию костюмов для мужчин и женщин в возрасте от 25 до 40 лет. Как бы вы определили вашу целевую аудиторию? Какие критерии использовали бы для выбора вашей целевой аудитории? Как бы вы определили их потребности и предпочтения?</p> <p>2.Определение целевой аудитории для существующей линии костюмов Вы работаете в компании, которая производит и продает костюмы для мужчин и женщин в возрасте от 30 до 50 лет. Как бы вы определили целевую аудиторию вашей существующей линии костюмов? Какие критерии использовали бы для выбора вашей целевой аудитории? Как бы вы определили их потребности и предпочтения? Как бы вы рассчитали размер вашего рынка и оценили конкуренцию?</p> <p>3.Определение целевой аудитории для магазина костюмов Вы открываете магазин костюмов и хотите определить свою целевую аудиторию. Какие критерии вы использовали бы для выбора целевой аудитории? Как бы вы определили их потребности и предпочтения? Как бы вы оценили своих конкурентов и как бы вы разработали стратегию маркетинга, чтобы привлечь свою целевую аудиторию в ваш магазин?</p> <p>4.Определение целевой аудитории для линии костюмов высокого класса Вы работаете в компании, которая производит и продает костюмы высокого класса для мужчин и женщин в возрасте от 40 до 60 лет. Как бы вы определили целевую аудиторию вашей линии костюмов высокого класса? Какие критерии использовали бы для выбора вашей целевой аудитории? Как бы вы определили их потребности и предпочтения? Как бы вы рассчитали размер вашего рынка и оценили конкуренцию?</p>
10.	Кейс-задание по разделу II/Лекции 2.2 «Выбор материалов»	<p>Наименования кейс-заданий</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Выбор материалов для новой коллекции: задачи и методы решения.</li> <li>2.Изучение свойств материалов: как выбрать идеальный состав для производства модной одежды.</li> <li>3.Учет особенностей тканей и фурнитуры при создании коллекции одежды: важные факторы при выборе материалов.</li> <li>4.Разработка стратегии снижения затрат на материалы при сохранении качества продукции.</li> <li>5.Экологичные материалы в моде: как выбрать и применять материалы, учитывая их воздействие на окружающую среду.</li> </ol> <p><i>Кейс-задание на тему "Выбор материалов":</i> Компания, занимающаяся производством женской одежды, решила расширить свой ассортимент и</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>начать производство мужской одежды. Однако, в производстве мужской одежды возникают сложности с выбором материалов, так как требования к ним отличаются от требований к материалам для женской одежды.</p> <p>Ваша задача - помочь компании определиться с выбором материалов для производства мужской одежды.</p> <p>Шаг 1: Анализ требований к материалам для мужской одежды  Первым шагом необходимо провести анализ требований к материалам для мужской одежды. Важно учитывать следующие факторы:  <b>Качество материала:</b> Мужская одежда должна быть изготовлена из качественных материалов, которые обеспечивают хорошую износостойкость и долговечность.  <b>Комфортность:</b> Материалы должны обеспечивать комфортную посадку на теле, не вызывать раздражения кожи и не ограничивать движения.  <b>Стиль:</b> Материалы должны соответствовать стилю мужской одежды и позволять создавать различные модели.  <b>Сезонность:</b> Некоторые материалы более подходят для производства мужской одежды для холодного времени года, а другие - для теплого.</p> <p>Шаг 2: Определение потребностей компании  Второй шаг заключается в определении потребностей компании в материалах. Для этого необходимо ответить на следующие вопросы:  Какие модели мужской одежды компания планирует производить?  Каковы требования к материалам для каждой модели?  Какие объемы производства планируются?  Какие бюджетные ограничения есть у компании?</p> <p><i>Кейс-задания на тему "выбор материалов" для студентов направления "Дизайн костюма" по дисциплине "Построение бизнеса в сфере fashion":</i></p> <p>1. Исследование материалов. Проведите исследование материалов, используемых в сфере моды, и сделайте обзор наиболее популярных материалов. Оцените их свойства, преимущества и недостатки. Рассмотрите новые технологии и материалы, которые могут быть использованы в будущем.</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>2.Выбор материалов для конкретного продукта. Рассмотрите пример конкретного продукта, например, платье или костюм, и определите наиболее подходящие материалы для его изготовления. Учтите бренд-идентичность, сезонность, стиль и ценовую категорию.</p> <p>3.Определение стоимости материалов. Изучите цены на выбранные материалы и определите их стоимость в производстве продукта. Оцените возможные затраты на перевозку и хранение материалов.</p> <p>4.Определение экологической устойчивости материалов. Оцените экологическую устойчивость выбранных материалов. Рассмотрите возможность использования более экологичных материалов и определите их стоимость и доступность.</p> <p>5.Сравнение различных вариантов материалов. Сравните несколько вариантов материалов, которые могут использоваться для создания конкретного продукта. Оцените их стоимость, экологическую устойчивость, прочность и внешний вид.</p> <p>6.Определение лучшего поставщика материалов. Исследуйте несколько поставщиков материалов и сравните их цены, качество и сроки поставки. Определите наиболее подходящего поставщика для вашего бизнеса.</p> <p>7.Разработка стратегии управления запасами. Определите оптимальный уровень запасов материалов, чтобы избежать простоя в производстве и одновременно минимизировать затраты на хранение материалов. Разработайте стратегию управления запасами, которая поможет оптимизировать расходы на материалы и обеспечить бесперебойное производство.</p>
11.	Тестирование по разделу I «Маркетинг»	<p>Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)</p> <p>1.Какие компоненты входят в маркетинговый микс (4P)? А) Price, Production, Place, People В) Product, Promotion, Price, Place С) People, Production, Promotion, Positioning</p> <p>2.Что такое целевая аудитория? А) Все потенциальные потребители товара В) Люди, которые уже покупают товар С) Группа людей, на которую направлена маркетинговая кампания</p> <p>3.Что такое бренд? А) Название компании В) Логотип компании С) Уникальное предложение компании и ее имидж</p> <p>4.Что такое SWOT-анализ? А) Анализ внутренних и внешних факторов компании В) Анализ конкурентов на рынке С) Анализ продаж и прибыли компании</p> <p>5.Что такое позиционирование? А) Расположение товара на прилавке магазина В) Процесс создания уникального образа и места товара на рынке С) Продвижение товара на рынке через рекламу</p> <p>6.Что такое рыночный сегмент? А) Группа людей с общими потребностями и характеристиками, на которую направлена маркетинговая кампания В) Часть рынка, на которую не охвачена</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>маркетинговая кампания С) Группа конкурентов на рынке</p> <p>7.Что такое ценообразование? А) Процесс определения цены на товар В) Процесс продвижения товара на рынке С) Процесс разработки нового товара</p> <p>8.Что такое продвижение товара? А) Процесс определения цены на товар В) Процесс разработки нового товара С) Процесс создания осведомленности о товаре и стимулирования спроса на него</p> <p>9.Что такое маркетинговая стратегия? А) План действий компании по продвижению товара на рынке В) Список конкурентов на рынке С) Список возможных потребностей клиентов</p> <p>10.Какой тип рекламы наиболее эффективен для продвижения малого бизнеса в сфере моды? А. Телевизионная реклама В. Реклама в газетах и журналах С. Реклама в социальных сетях</p>
12.	Тестирование по разделу II «Производство»	<p>Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)</p> <p>1.Какие этапы включает производственный процесс в сфере моды? а. Исследование рынка, разработка дизайна, закупка материалов, создание образца, производство, маркетинг и продажи б. Реклама, планирование бюджета, закупка материалов, создание образца, производство, тестирование качества, продажи с. Исследование рынка, разработка бизнес-плана, закупка оборудования, создание образца, производство, тестирование качества, продажи</p> <p>2.Что такое контроль качества в производстве модной одежды? а. Это процесс контроля производства для обеспечения высокого качества продукции. б. Это процесс установления цены продукции на рынке моды. с. Это процесс обеспечения безопасности производства.</p> <p>3.Какие основные факторы влияют на эффективность производства в сфере моды? а. Квалификация персонала, технологии производства и использование инноваций б. Цена материалов, количество произведенной продукции и уровень конкуренции на рынке с. Сезонность спроса, региональные различия и экономическая конъюнктура</p> <p>4.Какую роль играет выбор материалов в производстве модной одежды? а. Он влияет на качество, стиль и цену продукции. б. Он влияет только на цену продукции. с. Он не имеет значения для производства модной одежды.</p> <p>5.Что такое техническое задание (ТЗ) в производстве модной одежды? а. Документ, который содержит технические требования к производству. б. Документ, который содержит информацию о материалах, из которых будет создана одежда. с. Документ, который содержит информацию о дизайне одежды.</p> <p>6.Что такое линейное производство? а) Производственный процесс, при котором продукты проходят по predetermined линии сборки. б) Производственный процесс, при котором продукты изготавливаются в ручную. с) Производственный процесс, при котором продукты</p>



№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>производятся на заказ.</p> <p>7.Что такое маршрут производства? а) Последовательность операций, необходимых для производства продукта. б) Стоимость производства продукта. с) Скорость производства продукта.</p> <p>8.Какие виды производственных систем вы знаете? а) Производственная система "Just-In-Time" и производственная система "качество на первом месте". б) Производственная система "куст" и производственная система "дерево". с) Производственная система "качество на первом месте" и производственная система "Just-In-Time".</p> <p>9.Что такое аутсорсинг производства? а) Передача части производственного процесса на стороннее предприятие. б) Полная остановка производства продукта. с) Перенос производства в другую страну.</p> <p>10.Какие методы производства могут быть использованы при производстве модной одежды? а) Массовое производство и ручная работа. б) Линейное производство и массовое производство. с) Линейное производство и ручная работа.</p>
13.	Тестирование по разделу III «Финансы»	<p>Вариант теста состоит из 10 заданий и формируется случайным образом компьютерной программой (примеры тестовых заданий приведены ниже)</p> <p>1.Что такое бюджетирование? а) процесс планирования доходов и расходов; б) сбор информации о рынке; с) процесс разработки дизайнерских идей.</p> <p>2.Какие финансовые отчеты являются основными для управления бизнесом? а) отчет о прибыли и убытках, баланс, отчет о движении денежных средств; б) отчет о состоянии рынка, отчет о производстве продукции, отчет о конкурентах; с) отчет о рекламных кампаниях, отчет о лояльности клиентов, отчет о привлечении новых клиентов.</p> <p>3.Что такое ROI? а) отношение прибыли к затратам; б) расчет количества сотрудников на производстве; с) процесс управления запасами.</p> <p>4.Что такое амортизация? а) постепенное списание стоимости основных средств и нематериальных активов; б) процесс создания новых дизайнерских коллекций; с) разработка новых стратегий маркетинга.</p> <p>5.Что такое капитал? а) средства, вложенные в бизнес; б) количество сотрудников на производстве; с) средства, взятые в кредит.</p> <p>6.Какие виды расходов существуют в бизнесе? а) переменные, постоянные, капитальные; б) расходы на продвижение, расходы на производство, расходы на управление; с) расходы на зарплату, расходы на покупку оборудования, расходы на аренду помещения.</p> <p>7.Что такое баланс? а) финансовый отчет, отражающий состояние активов и обязательств компании на определенную дату; б) план производства на следующий месяц; с) план маркетинговой кампании</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>на год.</p> <p>8. Что такое налог на добавленную стоимость (НДС)? а) налог, который взимается с продажи товаров или услуг; б) налог на имущество; в) налог на прибыль.</p> <p>9. Что такое прибыль? а) разница между доходами и расходами; б) количество произведенной продукции за год; в) количество клиентов, обслуженных компанией.</p> <p>10. Что такое баланс? а) отчет о финансовом состоянии компании на определенную дату; б) отчет об изменении финансового состояния; в) отчет о движении денежных средств.</p>

5.1

5.2

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Эссе	<p>Контрольно-оценочное мероприятие проводится в письменной форме в виде эссе и оценивается по балльной шкале.</p> <p>Критерии оценивания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания заявленной теме и полнота ее раскрытия;</li> <li>– знание проблемы;</li> <li>– оригинальность и самостоятельность;</li> <li>– логическое и последовательное изложение мыслей;</li> <li>– умение выразить свою собственную позицию с учетом знания социальных проблем современности и ориентирования в современной социально-экономической реальности;</li> <li>– аргументированность (наличие убедительных фактов и доказательств).</li> </ul> <p>По каждому критерию присваивается 1 балл.</p> <p>Количество набранных баллов приравнивается к пятибалльной системе следующим образом:</p> <p>6 баллов – отлично, 4-5 баллов – хорошо,</p>		6 баллов	5
			4-5 баллов	4
			2-3 балла	3
			0-1 балл	2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	2-3 балла – удовлетворительно, 0-1 балл – неудовлетворительно		
Круглый стол (дискуссия)	Ведение дискуссии в рамках объявленной темы; видение сути проблемы. Точная, четкая формулировка аргументов и контраргументов, умение отделить факты от субъективных мнений, использование примеров, подтверждающих позицию участника дискуссии. Соответствие аргументов выдвинутому тезису. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь. Отсутствие речевых и грамматических ошибок, отсутствие сленга, разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		5
	Отклонение от темы по причине иной трактовки или отсутствия видения сути проблемы. Допущены логические ошибки в предъявлении некоторых аргументов или контраргументов или преобладают субъективные доводы над логической аргументацией, или не использованы примеры, подтверждающие позицию стороны. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личных нападок, но перебивание оппонентов, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты при отсутствии речевых и грамматических ошибок или допущены речевые и грамматические ошибки при отсутствии разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		4
	Намеренная подмена темы дискуссии по причине неспособности вести дискуссию в рамках предложенной проблемы, перескакивание с темы на тему. Ошибки в предъявлении аргументов и контраргументов связанные с нарушением законов логики, неумение отделить факты от субъективных мнений. Несоответствие большинства аргументов выдвинутому тезису, несоответствие большинства контраргументов высказанным аргументам. Проявление личностной предвзятости к некоторым оппонентам, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты, речевые и грамматические ошибки или отсутствует эмоциональность и выразительность речи		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	Обучающийся не демонстрирует знание и понимание современных тенденций развития российского менеджмента. Не проявляет аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не демонстрирует умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении или не участвует в обсуждении.		2	
Выступление с презентацией	<p>Контрольно-оценочное мероприятие проводится в форме выступления с презентацией и оценивается по балльной шкале.</p> <p>Критерии оценивания:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– соответствие содержания заявленной теме и полнота ее раскрытия;</li> <li>– оригинальность и самостоятельность;</li> <li>– логическое и последовательное изложение мыслей;</li> <li>– количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов);</li> <li>– используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)</li> <li>– выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал, корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории.</li> </ul> <p>По каждому критерию присваивается 1 балл.</p> <p>Количество набранных баллов приравнивается к пятибалльной системе следующим образом:</p> <p>6 баллов – отлично,  4-5 баллов – хорошо,  2-3 балла – удовлетворительно,  0-1 балл – неудовлетворительно</p>		6 баллов	5
			4-5 баллов	4
			2-3 балла	3
			0-1 балл	2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Ситуационные задачи (кейсы)	– даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний о предмете исследования, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; правильно решены практические задачи; ответы четкие и краткие, логически правильно построенные, продемонстрирована самостоятельность в анализе фактов, событий и явлений		5	
	– даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, показаны достаточные знания о предмете исследования; доказательно раскрыты основные положения дисциплины правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.		4	
	– даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, однако, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.		3	
	– обучающийся не выполнял задание или не дал ответы по базовым вопросам дисциплины		2	
Тестирование (текущее тестирование по разделам курса)	Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. Процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе: «2» - равно или менее 54% «3» - 55% - 69% «4» - 70% - 84%		5	85% - 100%
			4	70% - 84%
			3	55% - 69%
			2	54% и менее 54%

## 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
<p>Экзамен: Компьютерное тестирование</p>	<p>Вариант теста состоит из 30 заданий в форме множественного выбора и 2 заданий в форме эссе и формируется случайным образом компьютерной программой.</p> <p>1.Какое понятие относится к маркетингу? а) Развитие новых моделей костюмов б) Изучение потребностей рынка и потребителей с) Производство костюмов на основе дорогих материалов д) Пошив костюмов вручную</p> <p>2.Что означает аббревиатура ROI в финансах? А) Рентабельность инвестиций б) Резервный операционный доход с) Расходы на операционную деятельность д)Расширение операционных инвестиций</p> <p>3.Что такое концепция "fast fashion"? а) Производство высококачественных костюмов в малых количествах б) Производство костюмов на заказ с) Быстрое производство большого количества одежды по низким ценам д) Производство эксклюзивных костюмов с длинными сроками поставки</p> <p>4.Что такое сезонность в fashion-бизнесе? а) Необходимость изменения дизайна каждый сезон б) Значительные колебания спроса и предложения на определенные типы одежды в течение года с) Продажа товаров оптом д) Продажа товаров на распродаже</p> <p>5.Что такое стиль в fashion-бизнесе? а) Комбинация цветов в одежде б) Одежда с использованием только одного материала с) Одежда, которая соответствует последним тенденциям моды д) Одежда, которая соответствует классическим требованиям моды</p> <p>6.Какой тип бизнес-модели является наиболее распространенным в fashion-бизнесе? а) Франшиза б. Финансирование проектов с) Интернет-магазин д) Розничная торговля</p> <p>Что такое производственный процесс в fashion-бизнесе? а) Разработка дизайна и прототипирование б) Производство костюмов на массовом производстве с) Выпуск огромного числа моделей д) Ни один из перечисленных</p> <p>7.Какой тип бизнеса является наиболее распространенным в индустрии моды? а) Онлайн-магазины б) Магазины физической розницы с) Производство и дистрибуция д) Ни один из перечисленных</p> <p>8.Что такое брендинг в индустрии моды? а) Процесс создания имиджа бренда и установления его ценности б) Процесс производства и распространения товаров бренда с) Процесс увеличения цен на товары бренда д) Ни один из перечисленных</p> <p>9.Что такое "fast fashion"? а) Быстрое производство модной одежды б) Быстрое распространение модных тенденций с) Быстрое продвижение бренда на рынке д) Ни один из перечисленных</p> <p>10.Какой вид маркетинга является наиболее эффективным для привлечения молодежной аудитории? а) Телевизионная реклама б) Реклама в социальных сетях с) Радио-реклама д) Ни один из перечисленных</p> <p>11.Какой вид рекламы наиболее эффективен для продвижения товаров индустрии моды? а) Прямая реклама б) Реклама на улицах и в общественном транспорте с) Реклама в журналах и на телевидении д) Ни один из</p>

	<p>перечисленных</p> <p>12.Что такое логистика в индустрии моды? а) Процесс разработки и создания новых моделей одежды б) Процесс распространения и доставки товаров на рынок с) Процесс маркетинга и продвижения товаров бренда d) Ни один из перечисленных</p> <p>13.Что такое "sustainability" в индустрии моды? а) Экологически устойчивое производство и потребление товаров б) Поддержка местных производителей и ремесленников с) Поддержка прав трудящихся в индустрии моды d) Ни один из перечисленных</p> <p>14.Что такое "бренд"? а) Название компании б) Логотип компании с) Уникальный имидж компании d) Название продукта</p> <p>15.Какое понятие описывает спрос на товар или услугу в определенной географической зоне? а) Конкуренция б) Потребность с) Сегментация рынка d) Рыночный спрос</p> <p>16.Что такое "позиционирование"? а) Разработка нового товара б) Создание уникального имиджа компании с) Продвижение товара на рынке d) Определение места товара на рынке по отношению к конкурентам</p> <p>17.Какой инструмент маркетинга используется для увеличения продаж на конкретной территории? а) Реклама б) Продвижение с) Дистрибуция d) Ценовая политика</p> <p>18.Что такое "целевая аудитория"? а) Все потенциальные клиенты на рынке б) Группа потенциальных клиентов, которым товар или услуга будет наиболее интересна с) Клиенты, которые уже купили товар или услугу d) Клиенты, которые живут в определенном географическом регионе</p> <p>19.Что такое "бюджет"? а) Количество денег, выделенных на маркетинг б) Количество продаж, которые нужно сделать для окупаемости затрат на маркетинг с) Общая прибыль компании d) Список всех расходов компании</p> <p>20.Какой инструмент маркетинга используется для определения конкурентных преимуществ товара или услуги? а) Сегментация рынка б) Проектирование товара с) Позиционирование d) Анализ конкурентов</p> <p>21.Что такое позиционирование бренда? а) Это процесс определения цены на продукцию; б) Это процесс выделения бренда на фоне конкурентов и создания его уникального образа; с) Это процесс разработки дизайна продукта; d) Это процесс организации продажи продукта через интернет.</p> <p>22.Что такое SWOT-анализ? а) Это анализ главных финансовых показателей бизнеса; б) Это анализ текущего состояния рынка; с) Это анализ сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз ее развития; d) Это анализ конкурентов на рынке.</p> <p>23.Что такое целевая аудитория? а) Это все люди, которые могут купить продукт; б) Это люди, которые уже купили продукт; с) Это люди, на которых направлено продвижение продукта; d) Это люди, для которых предназначен продукт.</p> <p>24.Что такое мерчандайзинг? а) Это продажа продукта через интернет; б) Это процесс привлечения клиентов в магазин; с) Это организация работы персонала на продажах; d) Это процесс планирования, оформления и демонстрации продукции в магазинах.</p> <p>25.Что такое бизнес-план? а) Это документ, описывающий финансовые результаты бизнеса за прошедший год; б) Это</p>
--	---

	<p>документ, описывающий бизнес-стратегию компании на ближайшие годы; с) Это документ, описывающий процесс продажи продукта; d) Это документ, описывающий процесс производства продукта.</p> <p>26.Что такое инвестиции? а) Это деньги, получаемые от продажи продукта; б) Это деньги, получаемые от кредиторов; с) Это деньги, вложенные в компанию или проект с целью получения прибыли; d) Это деньги, необходимые для оплаты налогов.</p> <p>27.Какой из перечисленных факторов НЕ влияет на создание успешного бизнеса в сфере fashion? а) Анализ целевой аудитории б) Эффективное управление производством с) Использование только дорогих материалов d) Сильная маркетинговая стратегия</p> <p>28.Что включает в себя бизнес-план для компании, занимающейся производством модной одежды? а) Анализ конкурентов и определение уникального преимущества б) Определение целевой аудитории и создание маркетинговой стратегии с) Выбор материалов и контроль качества d) Все вышеперечисленное</p> <p>29.Что такое "маркетинговый микс"? а) Комбинация продуктов и услуг, предлагаемых компанией б) Стратегия ценообразования с) Сочетание различных элементов маркетинга для достижения цели d) Программа лояльности для постоянных клиентов</p> <p>30.Что такое "бренд" в контексте модной индустрии? а) Название компании б) Логотип компании d) Уникальный стиль, характеризующий компанию с) Товарный знак, зарегистрированный компанией</p>
--	---

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

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
Экзамен: компьютерное тестирование	<p>Экзаменационный тест состоит из двух частей.</p> <p>Первая часть предполагает ответы на задания в форме множественного выбора. За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за неправильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей.</p> <p>Процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе:</p> <p>2» - равно или менее 54%</p> <p>«3» - 55% - 69%</p> <p>«4» - 70% - 84%</p> <p>«5» - 85% - 100%.</p>		5	85% - 100%
			4	70% - 84%
			3	55% - 69%
			2	54% и менее



Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>При формировании списка вопросов для теста устанавливается параметр «Случайная выборка»; в подразделе «Настройки просмотра» выбирается только параметр «Итоговый отзыв»; в подразделе «Оценка» в параметре «Количество попыток» ставится цифра «2», у студента будет две попытки на выполнения теста; в параметре «Категория оценки» выбирается категория «Последняя попытка»            Вторая часть теста – задания в форме эссе. Для заполнения ответа предусмотрено от 20 до 30 строк. В компьютерной программе предусмотрена функция «отложенный отзыв». Задание оценивает преподаватель:</p>		
	<p>Обучающийся:            Вопрос раскрыт полностью и без ошибок, ответ структурирован, обучающийся демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, логично и доказательно раскрывает проблему, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой, ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, эссе написано правильным литературным языком без грамматических ошибок, с использованием терминологии курса и изложением изученного в курсе материала</p>		5
	<p>Вопрос раскрыт более чем наполовину, но без ошибок, обучающийся показывает достаточное знание учебного материала, активную работу с основной литературой, содержание вопроса в основном раскрыто, недостаточно логично построено изложение вопроса, имеются незначительные и/или единичные ошибки</p>		4
	<p>Вопрос раскрыт слабо, обучающийся показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, нарушена логика изложения, имеются незначительные и/или единичные ошибки</p>		3
	<p>Задание не выполнено, т.к. ответ отсутствует или вопрос не раскрыт, т.к. обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях</p>		2

<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Шкалы оценивания</b>	
<b>Наименование оценочного средства</b>		<b>100-балльная система</b>	<b>Пятибалльная система</b>
	основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки.		

### 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:		
- эссе		2 – 5
- выступление с презентацией		2 – 5
- круглый стол (дискуссия)		2 – 5
- разбор кейсов		2 – 5
- текущее тестирование		2 – 5
Промежуточная аттестация экзамен		отлично хорошо
<b>Итого за дисциплину</b>		удовлетворительно неудовлетворительно

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- тренингов;
- анализ ситуаций;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- применение электронного обучения;
- использование на лекционных занятиях наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- дистанционные образовательные технологии.

## 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, Малая Калужская улица, дом 1, стр.2</b>	
аудитории для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор.
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор.
помещения для работы со специализированными материалами - мастерские	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор. специализированное оборудование: – учебно-методические наглядные пособия; – шкафы для хранения работ.
<b>Помещения для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной</b>

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.
обучающихся	работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	<ul style="list-style-type: none"> <li>– компьютерная техника;</li> <li>– подключение к сети «Интернет».</li> </ul>

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.	Тейлор Б.	Актуальное искусство. 1970–2005	Монография	М.: Слово	2006	<a href="https://нэб.пф/catalog/000199_000009_004578388/">https://нэб.пф/catalog/000199_000009_004578388/</a>	-
2.	Агратина Е.Е.	Искусство XX века	Учебник и практикум	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/iskusstvo-hh-veka-514338">https://urait.ru/book/iskusstvo-hh-veka-514338</a>	-
3.	Маньковская Н.Б., Бычков В.В.	Современное искусство как феномен техногенной цивилизации	Учебное пособие	М.: ВГИК	2011	<a href="http://znanium.com/catalog/product/961875">http://znanium.com/catalog/product/961875</a>	-
4.	Комарова Л.К.	Основы выставочной деятельности	Учебное пособие	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-516114">https://urait.ru/book/osnovy-vystavochnoy-deyatelnosti-516114</a>	-
5.	Фомичев В.И.	Выставочное дело	Учебное пособие	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/vystavochnoe-delo-515444">https://urait.ru/book/vystavochnoe-delo-515444</a>	-
6.	Переверзев М.П., Косцов Т.В.	Менеджмент в сфере культуры и искусства	Учебное пособие	М.: НИЦ Инфра-М	2017	<a href="http://znanium.com/catalog/product/872435">http://znanium.com/catalog/product/872435</a>	-
7.	Домнин В.Н.	Брендинг	Учебник и практикум	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/brending-511517">https://urait.ru/book/brending-511517</a>	-
8.	Ермилова Д.Ю.	История костюма	Учебник	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/istoriya-kostyuma-515460">https://urait.ru/book/istoriya-kostyuma-515460</a>	-
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1.	Ермилова Д.Ю.	История домов моды	Учебное пособие	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/istoriya-domov-mody-515229">https://urait.ru/book/istoriya-domov-mody-515229</a>	-
2.	Ермилова Д.Ю.	Основы теории и	Учебное	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/osnovy-">https://urait.ru/book/osnovy-</a>	-

		методологии дизайн-проектирования костюма	пособие			teorii-i-metodologii-dizayn-proektirovaniya-kostyuma-517023	
3.	Музыкант В.Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг	Учебник и практикум	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-branding-512271">https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-branding-512271</a>	-
4.	Ермилов а Д.Ю.	Теория моды	Учебное пособие	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/teoriya-mody-515461">https://urait.ru/book/teoriya-mody-515461</a>	-
5.	Алексеев А.Г.	Дизайн-проектирование	Учебное пособие	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/dizayn-proektirovanie-495516">https://urait.ru/book/dizayn-proektirovanie-495516</a>	-
6.	Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю., Ляхова Н.Б., Попов С.А.	Композиция костюма	Учебное пособие	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/kompoziciya-kostyuma-515230">https://urait.ru/book/kompoziciya-kostyuma-515230</a>	-
7.	Стельмашенко В.И., Розаренова Т.В.	Материалы для одежды и конфекционирование	Учебник	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/materialy-dlya-odezhdy-i-konfektionirovanie-516917">https://urait.ru/book/materialy-dlya-odezhdy-i-konfektionirovanie-516917</a>	-
8.	Мелкова С.В.	Дизайн-проектирование костюма	Учебное пособие	М.: Юрайт	2023	<a href="https://urait.ru/book/dizayn-proektirovanie-kostyuma-496584">https://urait.ru/book/dizayn-proektirovanie-kostyuma-496584</a>	-

## 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.) 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: 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: 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.	202 2/2 023	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>	Действ ует до 18.02.2023 г.
11.	202 2	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>	Действ ует с 14.07.2022 г. по 31.12.2022 г.
12.	202 2	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>	Действ ует до 31.12.2022 г
13.	202 2	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: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a>	Действ ует до 31.12.2022 г
14.	202 2	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: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a>	Действ ует до 31.12.2022 г
15.	202 2	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> <a href="#">База данных Nature journals</a> <a href="#">коллекции Academic journals</a> <a href="#">Scientific American, Palgrave Macmillan (выпуски 2022 г.):</a> <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> <a href="#">База данных Springer Journals:</a> <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> <a href="#">База данных Springer Materials:</a> <a href="https://materials.springer.com/">https://materials.springer.com/</a> <a href="#">База данных Springer Protocols and methods:</a> <a href="https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols">https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols</a>	Действ ует с 01.09.2022 г. по 31.10.2022 г.
16.	202 2	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>	Действ ует с 01.07.2022 г. по 31.12.2022 г.

						022 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»	<a href="https://znanium.com/">https://znanium.com/</a>	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»	<a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>	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	<a href="https://onlinelibrary.wiley.com/">База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2023 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/</a>	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	<a href="https://www.nature.com/">База данных Nature journals (год издания – 2023 г. - тематическая коллекция Physical Sciences &amp; Engineering Package): https://www.nature.com/</a> <a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематические коллекции Physical Sciences &amp; Engineering Package) : https://link.springer.com/</a>	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	<a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематическая коллекция Social Sciences Package) : https://link.springer.com/</a> <a href="https://www.nature.com/">База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) https://www.nature.com/</a>	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	<a href="https://www.nature.com/">База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package.): https://www.nature.com/</a> <a href="https://link.springer.com/">База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package https://link.springer.com</a> <a href="https://link.springer.com/">База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) : https://link.springer.com/</a>	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	РЦНИ	<a href="http://link.springer.com/">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/</a>	Ресурс бессро чный

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

	<b>019</b>	2013 от 18.10.2013 г.				чный
<b>39.</b>	<b>201 3/2 019</b>	Лицензионно е соглашение № 8076 от 20.02.2013 г.	О предоставлении доступа к eLIBRARY.RU	ООО «Националь ная электронная библиотека » (НЭБ)	<a href="http://www.elibrary.ru/">http://www.elibrary.ru/</a>	Ресурс бессро 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:

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