



## 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Бизнес-процессы и продвижение бренда» изучается в третьем семестре Модуля 3.

Курсовая работа – не предусмотрена.

### 1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Бизнес-процессы и продвижение бренда» является к обязательной части комплексного модуля образовательной программы.

Изучение дисциплины опирается на результаты освоения образовательной программы предыдущего уровня части сформированности универсальных компетенций.

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

- Тренд-аналитика и тренд-прогнозирование, часть 1;
  - Матрица ассортиментных групп;
  - Дизайнерский рисунок и фэшн-иллюстрация;
  - Производственная практика. Научно-исследовательская работа 1;
  - Научно-технический семинар (Зачет с оценкой по модулю "Модуль 1");
  - Новейшее материаловедение;
  - Работа с цехом и управление производством;
  - Финансовая и юридическая грамотность дизайнера;
  - Тренд-аналитика и тренд-прогнозирование, часть 2;
  - Учебная практика. Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно- исследовательской работы);
  - Научно-технический семинар (Зачет с оценкой по модулю "Модуль 2").
- Результаты обучения по учебной дисциплине используются при прохождении практик:
- «Производственная практика. Научно-исследовательская работа 4»,
  - «Производственная практика. Преддипломная практика»
- предусмотренных ОПОП и выполнении ВКР (магистерской диссертации).

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

Целями изучения дисциплины «Бизнес-процессы и продвижение бренда» являются:

- изучение и анализ современного состояния Fashion рынка, трендов и тенденций развития, финансовых показателей;
- формирование основных этапов бизнес-процесса разработки коллекции и производства готовых изделий, как основы стратегического и календарного планирования;
- формирование концепции, идеи и миссии торговой марки, как основы для построения бизнес-модели;
- изучение и анализ спроса, особенностей целевой аудитории;
- формирование Ассортиментной политики торговой марки;
- формирование ценовой политики торговой марки;
- формирование маркетинговой стратегии торговой марки;
- формирование дорожной карты проекта;
- формирование организационного и производственного плана проекта;
- изучение структуры и методики построения финансовой модели проекта;

- формирование и анализ финансовых показателей с точки зрения эффективности и рисков построения бизнес модели проекта;
- 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, соотнесенные с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-3</p> <p>Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи</p>	<p>ИД-ОПК-3.1</p> <p>Использование набора полученных в результате исследования научно-обоснованных решений при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека</p>	<p>Использует систему качества процесса разработки и качества готовых изделий.</p> <p>Обладает навыками формирования и разработки: календарного плана работы над коллекцией и производства готовых изделий; прорисовкой эскизного макета коллекции, анализирует требования к оформлению эскизов; номенклатуры коллекции и системы артикуляции моделей;</p>
<p>ПК -2</p> <p>Способен организовывать работы по разработке моделей/коллекций</p>	<p>ИД-ПК-2.1</p> <p>Анализ современных концепций организации дизайнерской деятельности</p>	<p>Анализирует актуальное состояние рынка, спрос, конкурентную среду, целевую аудиторию, каналы сбыта, SWOT анализ, ассортиментную и ценовую политику современного рынка;</p>
	<p>ИД-ПК-2.2</p> <p>Организация работ по разработке моделей/коллекций</p>	<p>Разрабатывает актуальные идеи и концепции торговой марки, маркетинговые стратегии продвижения торговой марки. Оценивает эффективность и риски бизнес-проекта, эффективность маркетинговой стратегии торговой марки.</p>
	<p>ИД-ПК-2.3</p> <p>Разработка и реализация мероприятий, направленных</p>	<p>Оценивает сильные и слабые стороны конкурентной среды, уникальность торгового предложения, запрос и требования целевой аудитории,</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	на улучшение творческого процесса	эффективность и риски каналов сбыта.
ПК -3  Способен разрабатывать проектные задания на создание моделей с использованием инновационных технологий	ИД-ПК-3.3  Использование навыков создания бренда и его продвижение	Обладает навыками формирования концепции и идеи торговой марки, стратегического и календарного планирования бизнес-процесса, формирования уникальности продукта с учетом особенностей целевой аудитории и каналов сбыта, формирования маркетинговой стратегии торговой марки, разработки финансовой модели проекта и оценки его эффективности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	4	з.е.	128	час.
-------------------------	---	------	-----	------

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

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося,	Промежуточная аттестация, час
3 семестр	экзамен	128	18	36				50	24
<b>Всего:</b>		128	18	36				50	24

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

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенци(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
<b>Третий семестр</b>							
	<b>Введение</b>	<b>18</b>	<b>36</b>			<b>50</b>	
ОПК-3 ИД-ОПК-3.1  ПК-2 ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2 ИД-ПК-2.3  ПК-3 ИД-ПК-3.3	<b>Лекция 1</b> Анализ и сегментация Fashion рынка. Основы стратегического планирования бизнеса.	4				2	Контроль посещаемости. Выдача домашнего задания № 1 на тему «Анализ Fashion рынка, риски и возможности»
	<b>Лекция 2.</b> Концепция, идея, миссия торговой марки- основа построения бизнес-модели и вывода бренда на рынок.	3				3	Контроль посещаемости. Дискуссия актуальности и возможности реализации бизнес-идеи Выдача домашнего задания № 2 на тему «Концепция и идея торговой марки».
	<b>Лекция 3.</b> Виды и методы исследования конкурентной среды, спроса, ценового сегмента рынка. Описание целевой аудитории	4				3	Контроль посещаемости. Выдача домашнего задания № 3 на тему «Анализ спроса»
	<b>Лекция 4</b> Маркетинговая стратегия торговой марки. Каналы сбыта. Построение ассортиментной политики торговой марки.	3				3	Контроль посещаемости. Выдача домашнего задания № 4 на тему «Анализ целевой аудитории»
	<b>Лекция 5</b> Производственный и Финансовый план проекта. Оценка эффективности и рисков бизнес-проекта. План презентации бизнес-проекта.	4				3	Контроль посещаемости. Выдача домашнего задания № 5 на тему «Описание продукта или услуги»

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
	<b>Практическое занятие 1</b> Анализ и сегментация Рынка. Тренды и тенденции развития. Формирование основных этапов работы над коллекцией. Календарный план работы над коллекцией и производства готовых изделий		4			4	Дискуссия обсуждение презентаций по обзору актуального состояния рынка Fashion индустрии. Входное тестирование Защита домашнего задания № 1
	<b>Практическое занятие 2</b> Концепция и идея, миссия, философия торговой марки		4			4	Тестирование по теме Бизнес-идея. Защита домашнего задания № 2 Обсуждение. Взаимооценка.
	<b>Практическое занятие 3</b> Анализ спроса. Позиционирование, целевая аудитория		4			4	Тестирование по теме Анализ целевой аудитории Защита домашнего задания № 3.
	<b>Практическое занятие 4</b> Формирование уникального торгового предложения. Описание продукта или услуги. Расчет себестоимости продукта		4			4	Защита домашнего задания № 4 Выдача домашнего задание № 6 на тему «Анализ конкурентов».
	<b>Практическое занятие 5</b> Анализ конкурентов		4			4	Защита домашнего задания № 5 Тестирование по теме Анализ рынка и конкурентной среды Выдача домашнего задания № 7 на тему «Анализ каналов сбыта»
	<b>Практическое занятие 6</b> Ассортиментная и ценовая политика компании. Анализ каналов сбыта		4			4	Дискуссия Защита домашнего задания № 6

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные	Практическая подготовка, час		
							Выдача домашнего задания № 8 на тему «План маркетинга. Стратегия продвижения торговой марки на рынок»
	<b>Практическое занятие 7</b> План маркетинга		4			4	Обсуждение. Тестирование по материалам лекций Маркетинговый план Защита домашнего задания № 7 Выдача домашнего задания № 9 на тему «План продаж. График вывода коллекции на рынок»
	<b>Практическое занятие 8</b> Прогнозирование плана продаж. График вывода коллекции Организационный и производственный план.		4			4	Защита домашнего задания №8
	<b>Практическое занятие 9</b> Расчет финансовых показателей проекта		4			4	Защита домашнего задания № 9 Выдача индивидуального проекта «Финансовые показатели проекта»
	<b>Экзамен</b>					24	Письменный отчет с результатами выполненных экспериментально-практических заданий и расчетов доходов, расходов, показателей эффективности проекта
	<b>ИТОГО за семестр</b>	<b>18</b>	<b>27</b>			<b>83</b>	

## 3.3. Краткое содержание дисциплины:

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Лекция 1</b>	Анализ и сегментация Fashion рынка. Основы стратегического планирования бизнеса	Сегментация Fashion рынка. Основы стратегического планирования бизнеса. Анализ и формирование основных этапов бизнес-процесса. Цели, задачи и риски каждого этапа. Анализ примера Сетевого графика проекта с учетом вывода коллекций и сезонности работы. Анализ рисков каждого этапа разработки, производства и реализации коллекции. Выдача домашнего задания № 1 на тему «Анализ Fashion рынка, риски и возможности»
<b>Лекция 2</b>	Концепция, идея, миссия торговой марки- основа построения бизнес-модели и вывода бренда на рынок.	Анализ рынка, проблемы, тренды, тенденции. Разработка идеи, миссии, концепции, как основы для построения бизнес-модели. Методы оценки возможности реализации бизнес-идеи. Описание вида деятельности, продукта или услуги. Уникальность торгового предложения. Жизненный цикл товара или услуги. Коммуникационная составляющая торговой марки. Дискуссия Выдача домашнего задания № 2 на тему «Концепция и идея торговой марки».
<b>Лекция 3</b>	Виды и методы исследования конкурентной среды, спроса, ценового сегмента рынка. Описание целевой аудитории.	Оценка потенциальной ёмкости рынка. Ранжирование сегментов рынка. Методы изучения спроса. Анализ рыночной конъюнктуры. Методы исследования конкурентов. Определение целевой аудитории (ЦА). Методы изучения ЦА. Поведенческий анализ целевой аудитории. Мотивация покупок. Вопросы к целевой аудитории. Способы удержания целевой аудитории. Визуализация целевой аудитории. Выдача домашнего задания № 3 на тему «Анализ спроса»
<b>Лекция 4</b>	Маркетинговая стратегия торговой марки. Каналы сбыта. Построение ассортиментной политики торговой марки	Цели и стратегии маркетинга. Позиционирование торговой марки на рынке. Визуальная и коммуникационная составляющая бренда. Ценообразование. Анализ каналов сбыта. Коммуникационная составляющая каждого канала сбыта. Реклама и методы стимулирования продаж. Программы лояльности. Бюджетирование маркетинга. Себестоимость, розничная цена. Ассортиментная политика, план продаж, график вывода коллекций, капсул Выдача домашнего задания №4 на тему «Анализ целевой аудитории»
<b>Лекция 5</b>	Производственный и Финансовый план проекта. Оценка эффективности и рисков бизнес-проекта. План презентации бизнес-проекта	Производственный план, производственные мощности. Закупка сырья и материалов. Контроль качества процесса и готовой продукции. Издержки производства. Организационный план и организационная структура компании. Инвестиционные расходы. Финансовая модель доходов и расходов. Оценка рисков проекта и показателей эффективности проекта. План презентации бизнес-проекта.

		Выдача домашнего задания № 5 «Описание продукта или услуги».
<b>Практические занятия</b>		
<b>Практическое занятие 1</b>	Анализ и сегментация Рынка. Тренды и тенденции развития. Формирование основных этапов работы над коллекцией. Календарный план работы над коллекцией и производства готовых изделий	Дискуссия обсуждение презентаций по обзору актуального состояния рынка Fashion индустрии. Формирование календарного плана работы над коллекцией с учетом сезонности. Анализ мировых выставок сырья и материалов. Обсуждение целей, задач и результатов каждого этапа работы над коллекцией. Распределение работы между исполнителями. Определение временных периодов каждого этапа. Входное тестирование Защита домашнего задания № 1
<b>Практическое занятие 2</b>	Концепция и идея, миссия, философия торговой марки	Обсуждение актуальности и возможности реализации бизнес-идеи. Взаимооценка Защита Домашнего задания № 2 Тестирование по теме Бизнес-идея
<b>Практическое занятие 3</b>	Анализ спроса. Позиционирование, целевая аудитория	Защита Домашнего задания № 3 Обсуждение. Взаимооценка. Тестирование по теме Анализ целевой аудитории
<b>Практическое занятие 4</b>	Описание продукта или услуги. Расчет себестоимости продукта	Защита Домашнего задания № 4 Формирование прогнозируемых показателей проекта ассортиментного наполнения, ценового уровня, цветомодели, размерные ряды, программы лояльности для ЦА. Обсуждение. Выдача домашнего задания № 6 «Анализ конкурентов»
<b>Практическое занятие 5</b>	Анализ конкурентов	Защита Домашнего задания № 5 Объяснить формирование уникального торгового предложения ДНК торговой марки, уникальность продукта, расчет себестоимости моделей Тестирование по теме Анализ рынка и конкурентной среды Выдача домашнего задания № 7 «Анализ каналов сбыта»
<b>Практическое занятие 6</b>	Ассортиментная и ценовая политика компании. Анализ каналов сбыта	Защита домашнего задания № 6 Дискуссия Обсуждение положительных и отрицательных аспектов каждого канала для выбора. Выдача домашнего задания №8 «План маркетинга. Стратегия продвижения торговой марки на рынок» Обсуждение. Тестирование по материалам лекций Маркетинговый план
<b>Практическое занятие 7</b>	План маркетинга	Защита презентаций № 7 «Анализ каналов сбыта». Обсуждение. Формирование и обсуждение планов и бюджетов маркетинга для индивидуальных проектов ВКР. Теоретический материал определения себестоимости и розничной цены продукта Выдача Домашнего задания № 9 «План продаж. График вывода коллекции на рынок»
<b>Практическое</b>	Прогнозирование	Защита домашнего задания №8

<b>занятие 8</b>	плана продаж. График вывода коллекции Организационный и производственный план	Формирование производственного и организационного плана проекта на основе плана продаж Тестирование по материалам лекций Маркетинговый план
<b>Практическое занятие 9</b>	Финансовая модель проекта	Защита домашнего задания № 9 Обсуждение. Корректировка прогнозируемых показателей Выдача индивидуального задания «Финансовые показатели проекта»
<b>Экзамен</b>		Защита индивидуальных проектов. Письменный отчет с результатами выполненных экспериментально-практических заданий и расчетов доходов, расходов, показателей эффективности проекта Разбор практического материала для индивидуальных проектов ВКР. Обсуждение показателей эффективности проектов.

### 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 практическим занятиям, экзамену;
- изучение разделов/тем, невыносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- подготовка и написание тематических докладов;
- проведение исследовательских работ;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение домашних заданий в виде презентаций;
- выполнение индивидуальных заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;

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

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам дисциплины;
- проведение консультаций перед экзаменом;
- консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебных дисциплин профильного/родственного бакалавриата,

которые формировали ОПК и ПК, в целях обеспечения преемственности образования (для студентов магистратуры – в целях устранения пробелов после поступления в магистратуру абитуриентов, окончивших бакалавриат/специалитет иных УГСН).

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

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

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

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ

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

<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	18	в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия	27	

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

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

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)
				ОПК-3 ИД-ОПК-3.1	ПК-2 ИД-ПК-2.1 ИД-ПК-2.2 ИД-ПК-2.3  ПК-3 ИД-ПК-3.3
высокий	-	отлично		<p>Обучающийся</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,</li> <li>– умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения;</li> </ul>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– защитил презентации в соответствии с требованиями и рабочей программой курса с опорой на соответствующие понятия и теоретические положения;</li> <li>– исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал;</li> <li>– грамотно обосновывает новизну и конкурентоспособность концептуальных решений;</li> <li>– умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения;</li> <li>– показывает способности в понимании и практическом использовании знаний механизма</li> </ul>

					<p>создания коллекций, целевой аудитории, состояния рынка в окружении конкурентов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способен анализировать и соответствовать в своей профессиональной деятельности современным трендам в области создания коллекций;</li> <li>– представил итоговую презентацию, которая выполнена грамотно, логично, данные обоснованы и представлены в соответствии с исследованиями рынка;</li> <li>– эффективность проекта обоснована;</li> <li>– дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.</li> </ul>
повышенный	-	хорошо		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– допускает единичные негрубые ошибки;</li> <li>– в большей степени осваивает алгоритм по самостоятельному сбору аналитике, систематизировании и оценке широкой базой научной литературы, формируя фундаментальную базу для практической деятельности, отражающейся в авторских проектах;</li> </ul>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– допускает единичные негрубые ошибки;</li> <li>– в большей степени осваивает алгоритм по самостоятельному сбору аналитике, систематизировании и оценке широкой базой научной литературы, формируя фундаментальную базу для практической деятельности, отражающейся в авторских проектах;</li> <li>– ответ отражает знание теоретического и практического материала, не допуская</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>– ответ отражает знание теоретического и практического материала, не допуская существенных неточностей.-определяет круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм.</li> </ul>	<p>существенных неточностей.- определяет круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм.</p>
базовый	-	удовлетворительно		<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ответ отражает знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.</li> <li>– демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине;</li> <li>– ответы во время дискуссий отражают знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения</li> <li>– не учитывает алгоритм по самостоятельному сбору аналитике, систематизировании и оценке широкой базой научной литературы, формируя</li> </ul>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</li> <li>– защитил и представил презентации не в полном объеме;</li> <li>– допускает неточности в обоснованности принятых решений;</li> <li>– выполнил итоговую презентацию не в полном объеме, выводы написаны не в полном объеме;</li> <li>– демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине;</li> <li>– ответы во время дискуссий отражают знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения</li> </ul>

				фундаментальную базу для практической деятельности, отражающейся в авторских проектах;	
низкий	-	неудовлетворительно	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;</li> <li>– защитил и представил презентации не в полном объеме;</li> <li>– допускает неточности в обоснованности принятых решений;</li> <li>– выполнил итоговую презентацию не в полном объеме, выводы написаны не в полном объеме;</li> <li>– демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине;</li> <li>– ответы во время дискуссий отражают знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.</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 «Бизнес-процессы и продвижение бренда» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине (модулю), указанных в разделе 2 настоящей программы.

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

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	Входное тестирование	<p>Цель тестирование-определение уровня подготовки и базы знаний, полученной в предыдущем уровне образования</p> <p>Пример тестового задания</p> <p>Классификация одежды Fashion рынка, дать основные характеристика:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• luxury (люкс);</li> <li>• premium (высокий),</li> <li>• middle-up (выше среднего),</li> <li>• middle (средний),</li> <li>• mass-market (ниже среднего)</li> </ul>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>Перечислите критерии оценки брендов в рейтинговой системе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• покупательское поведение, количество офлайн и онлайн-покупателей;</li> <li>• данные о продажах более 12 000 дизайнеров и интернет-магазинов;</li> <li>• данные поиска из Google и другая мировая статистика;</li> <li>• упоминания в социальных сетях, вовлеченность и участие бренда в социальные проекты.</li> </ul>
2	Тестирование по теме Бизнес-идея	<p>Критерии выбора бизнес-идеи, должна быть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• абсолютно понятна;</li> <li>• точно описана;</li> <li>• описана одной-двумя фразами;</li> <li>• ууказывать цель (для чего);</li> <li>• отражать смысл (чем будете заниматься).</li> </ul> <p>Объяснить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ожидания;</li> <li>• цели;</li> <li>• ключевые задачи.</li> </ul>
3	Тестирование по теме Анализ рынка и конкурентной среды	<p>Дать характеристику методов маркетинговых исследования рынка:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• количественные методы;</li> <li>• качественные методы;</li> <li>• mix –методики;</li> <li>• опросы;</li> <li>• мониторинг;</li> <li>• фокус группа;</li> <li>• глубинное интервью.</li> </ul> <p>Объясните признаки ценового сегментирования:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• уровень дохода покупателей;</li> <li>• место покупки;</li> <li>• уровень обслуживания;</li> <li>• время покупки;</li> <li>• модификация товара с различными ценами</li> </ul> <p>Какие вопросы следует задать конкуренту?</p>
4	Тестирование по теме Анализ целевой аудитории	<p>Какие вы знаете методики определения целевой аудитории? Дайте характеристику:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• анкетирование,</li> </ul>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• интервью,</li> <li>• сбор статистики,</li> <li>• опросы,</li> <li>• конкурсы</li> </ul> <p>Перечислите вопросы, которые необходимо задать целевой аудитории.</p>
5	Тестирование по материалам лекций Маркетинговый план	<p>Пример тестового задания</p> <p>Перечислите какие вы знаете каналы сбыта на Fashion рынке, дайте характеристику, достоинства и недостатки каждого канала.</p> <p>Дайте характеристику уникального торгового предложения и каналов продвижения на рынке одежды.</p>
6	Презентация по теме «Анализ Fashion рынка, риски и возможности»	Сделать Презентацию, проследив динамику развития Fashion рынка, трендов и тенденций развития рынка. Анализ прессы, отчетов и прогнозов тренд-бюро, производственных ассоциаций и социальных сетей, включая телеграмм каналы fashion журналистов.
7	Презентация по теме «Концепция, миссия и идея торговой марки»	Выбрать и описать проблему целевой аудитории, сформировать идею и концепцию решения этой проблемы с помощью дизайн продукта.
8	Презентация по теме «Анализ спроса»	Выполнить анализ спроса на продукт или услугу на различных информационных платформах, включая аналитику маркетплейсов, данные о потенциальных размерах рынка.
9	Презентация по теме «Анализ целевой аудитории»	Дать определение покупателей - каковы их запросы и как на них выйти, как довести до них свою продукцию. Психологический портрет покупателя. Визуализация покупателя. Мотивация покупок, покупательское поведение.
10	Презентация на тему «Описание продукта или услуги»	Дать описание продукта или услуги, ДНК, выявить сильные стороны, уникальность продукта или услуги, как средства увеличения доли участия и сохранения устойчивости на рынке.
11	Презентация на тему «Анализ конкурентов»	Выполнить анализ 5 конкурентов. Концепция, ассортимент, целевая аудитория, цены, коммуникации с покупателем.
12	Презентация на тему «Анализ каналов сбыта»	Подготовить презентацию о каналах сбыта, условия использования, затраты, преимущества и недостатки.
13	Презентация на тему «План маркетинга. Стратегия продвижения торговой марки на рынок»	Разработать маркетинговый план вывода торговой марки на рынок. Бюджетирование и стратегия продвижения во времени и пространстве
14	Расчетные данные в виде таблиц «План продаж. График вывода коллекции на рынок»	Разработать план продаж и график вывода коллекции на рынок с учетом программ лояльности, сезонности.

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

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивая	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Домашние задания в виде Презентаций	Обучающийся, в процессе доклада по Презентации, продемонстрировал глубокие знания поставленной в ней проблемы, раскрыл ее сущность, слайды были выстроены логически последовательно, содержательно, приведенные иллюстрационные материалы поддерживали текстовый контент. Презентация была оформлена с учетом четких композиционных и цветовых решений. При изложении материала студент продемонстрировал грамотное владение терминологией, ответы на все вопросы были четкими, правильными, лаконичными и конкретными.		5
	Обучающийся, в процессе доклада по Презентации, продемонстрировал знания поставленной в ней проблемы. Слайды выстроены логически последовательно, но не в полной мере отражали содержание заголовков, приведенные иллюстрационные материалы не во всех случаях поддерживали текстовый контент. При изложении материала студент не всегда корректно употреблял терминологию, отвечая на все вопросы.		4
	Обучающийся слабо ориентировался в материале, в рассуждениях не демонстрировал логику ответа, плохо владел профессиональной терминологией, не раскрывал суть проблем. Презентация была оформлена небрежно, иллюстрации не отражали текстовый контент слайдов. Во время доклада и отвечая на вопросы, студент не всегда четко формулировал свою мысль.		3
	Обучающийся не выполнил задания		2
Устная дискуссия	Обучающийся активно участвует в дискуссии по заданной теме. В ходе комментариев и ответов на вопросы опирается на знания лекционного материала и знания из дополнительных источников. Использует грамотно профессиональную лексику и терминологию. Убедительно отстаивает свою точку зрения. Проявляет мотивацию и заинтересованность к работе.		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивая	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся участвует в дискуссии по заданной теме, но в ходе комментариев и ответов на вопросы опирается в большей степени на остаточные знания и собственную интуицию. Использует профессиональную лексику и терминологию, но допускает неточности в формулировках.		4
	Обучающийся слабо ориентировался в материале, в рассуждениях не демонстрировал логику ответа, плохо владел профессиональной терминологией, не раскрывает суть в ответах и комментариях		3
	Обучающийся не участвует в дискуссии и уклоняется от ответов на вопросы.		2
Тесты	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставаются оценки в зависимости от процента правильных ответов: «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%		2-5

### 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
экзамен	<p>Вопросы к экзамену</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое концепция торговой марки и зачем она нужна?</li> <li>2. Как определить уникальность продукта или услуги?</li> <li>3. Методы тестирования и обработки данных</li> <li>4. Результаты анализа конкурентов в построении бизнес-процессов</li> <li>5. Вопросы к целевой аудитории.</li> <li>6. Как определить себестоимость изделия?</li> <li>7. Как определить розничную цену на изделие?</li> <li>8. Структура плана продаж</li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>9. Коэффициент сезонности при планировании ассортимента</li> <li>10. Зачем нужно планирование ассортимента</li> <li>11. Преимущества и недостатки в работе различных каналов продаж, которые необходимо учитывать при планировании</li> <li>12. Что такое позиционирование торговой марки</li> <li>13. Этапы бизнес-процесса</li> <li>14. Цель и задачи каждого этапа</li> <li>15. Риски каждого этапа</li> <li>16. Что такое критический путь п планировании бизнес-процесса</li> <li>17. Входящая и исходящая документация каждого этапа бизнес-процесса</li> <li>18. Отличия в структуре бизнес-процессов торговых марок различного ценового сегмента</li> <li>19. Вопросы целевой аудитории</li> <li>20. Структура плана маркетинга</li> <li>21. Виды и методы продвижения бренда на рынке</li> <li>22. Что такое коммуникационная составляющая бренда?</li> <li>23. Модели коммуникации классическая и интерактивная</li> <li>24. Чем отличается производственный план от плана продаж</li> <li>25. Структура финансовой модели проекта</li> <li>26. Показатели оценки эффективности проекта</li> </ul>
Индивидуальный проект Финансовая модель проекта	Письменный отчет с результатами выполненных и расчетов доходов, расходов, показателей эффективности проекта

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

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Экзамен	Обучающийся дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные, знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. Домашние задания в виде презентаций выполнены в срок и в необходимом		5

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>объеме. Обучающийся принимает активное участие в ходе дискуссий</p>		
	<p>Обучающийся обоснованно излагает, анализирует и систематизирует изученный материал, что предполагает комплексный характер анализа проблемы; показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой; демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Домашние задания в виде презентаций выполнены в срок и в необходимом объеме с небольшими неточностями.</p>		4
	<p>Обучающийся показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. Домашние задания в виде презентаций выполнены в не полном объеме в соответствии с установленными сроками.</p>		3
	<p>Домашние задания в виде презентаций выполнены не в полном объеме и не в соответствии с установленными сроками. Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине.</p>		2

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

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

<b>Форма контроля</b>	<b>100-балльная система</b>	<b>Пятибалльная система</b>
Текущий контроль:		
- Домашние задания в виде Презентаций		2 – 5
Участие в устных дискуссиях		2 – 5
Промежуточная аттестация (индивидуальный проект)		отлично хорошо
<b>Итого за семестр экзамен</b>		удовлетворительно неудовлетворительно

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

## 7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины не предусмотрена.

## 8. 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.

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>	<b>Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>
<b>115035, г. Москва, ул. Садовническая, дом 35, строение 2 ауд. 562/2</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 обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

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

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

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

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/УЧЕБНОГО МОДУЛЯ

№ 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	Егоров Ю. Н.	Основы маркетинга	Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М	2014	<a href="https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=277366">https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=277366</a>	100
2	Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В.	Маркетинг	Учебник	М.: НИЦ ИНФРА-М	2009, включая годы более ранних изданий 2020	<a href="https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=123159">https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=123159</a> <a href="https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=353828">https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=353828</a>	44
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Исааков Г.С.	Маркетинг	Учебное пособие	М: МГУДТ	2016	<a href="https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=961356">https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=961356</a>	5
2	Синяева И.М.	Маркетинг	Учебное пособие	М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М	2014	<a href="https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=427176">https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=427176</a>	-
3	Каменева Н.Г., Поляков В.А.	Маркетинговые исследования	Учебное пособие	М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М	2013	<a href="https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=351385">https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=351385</a>	-
4	Николаева Л.Н.	Содержание и направления маркетинговых исследований. Конспект лекций	Учебное пособие	М.: МГУДТ	2013	<a href="https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=461459">https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=461459</a>	5
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Николаева Л.Н., Гусарова А.С.	Методические указания для проведения практических	Методические указания	М.: МГУДТ	2013	<a href="https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=461461">https://new.znaniium.com/catalog/document/pid=461461;</a>	5

		<i>занятий по дисциплине «Маркетинг»</i>				локальная сеть университета	
2	<i>Николаева Л.Н., Шальмиева Д.Б.</i>	<i>Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг»</i>	<i>Методические указания</i>	<i>М.: МГУДТ</i>	<i>2011</i>	<a href="https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461501">https://new.znanium.com/catalog/document/pid=461501</a>	<i>5</i>
3	<i>Ковалева М.Н.</i>	<i>Требования к оформлению отчета об учебно-исследовательской работе</i>	<i>Методические указания</i>	<i>Утверждено на заседании кафедры протокол № 3 от 02.02.18г.</i>	<i>2018</i>	<i>ЭИОС</i>	<i>15</i>

## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «ЛАНЬ» <a href="http://www.e.lanbook.com/">HTTP://WWW.E.LANBOOK.COM/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	ЭБС «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a>
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Scopus <a href="https://www.scopus.com">https://www.scopus.com</a> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
3.	Scopus <a href="http://www.Scopus.com/">http://www.Scopus.com/</a>
4.	FASHION CONSULTING GROUP <a href="http://www.fashionconsulting.ru">http://www.fashionconsulting.ru</a>
5.	Журнал «Profashion» <a href="http://www.profashion.ru">http://www.profashion.ru</a>
6.	Журнал «Международные новости мира пластмасс» <a href="http://www.plasticnews.ru">http://www.plasticnews.ru</a>
7.	База данных в мире Academic Search Complete - обширная полнотекстовая научно-исследовательская. Содержит полные тексты тысяч рецензируемых научных журналов по химии, машиностроению, физике, биологии. <a href="http://search.ebscohost.com">http://search.ebscohost.com</a>
8.	Портал «Союзлегпром»: <a href="http://www.souzlegprom.ru">http://www.souzlegprom.ru</a>
9.	Журнал: <a href="http://www.fashionograph.ru">http://www.fashionograph.ru</a>
10.	Портал : <a href="https://www.beinopen.ru">https://www.beinopen.ru</a>
11.	Журнал : <a href="https://www.theblueprint.ru">https://www.theblueprint.ru</a>
12.	Портал Новости промышленного дизайна : <a href="http://www.idi.ru">http://www.idi.ru</a>
13.	База данных в мире Academic Search Complete - обширная полнотекстовая научно-исследовательская. Содержит полные тексты тысяч рецензируемых научных журналов по химии, машиностроению, физике, биологии. <a href="http://search.ebscohost.com">http://search.ebscohost.com</a>

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	Prototyping SketchUp: 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

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ**

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

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