

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2025 13:02:26
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9a082473

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 Дизайна
Кафедра Дизайна костюма

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для проведения текущей и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине

Мерчандайзинг и клиентология»

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	54.03.03 Искусство костюма и текстиля
Направленность (профиль)	Дизайн костюма и аксессуаров
Срок освоения образовательной программы по очно-заочной форме обучения	4 года 6 мес.
Форма обучения	Очно-заочная

Оценочные материалы учебной дисциплины «Мерчандайзинг и клиентология» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 10 от 15.05.2025 г.

Составитель оценочных материалов учебной дисциплины:

Доцент О.Ю. Сысоева

Заведующий кафедрой: С.В. Сысоев

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Мерчандайзинг и клиентология» изучается в седьмом семестре.
Формы промежуточной аттестации: зачет с оценкой

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ, ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Оценочные средства являются частью рабочей программы учебной дисциплины и предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших компетенции, предусмотренные программой.

Целью оценочных средств является установление соответствия фактически достигнутых обучающимся результатов освоения дисциплины, планируемыми результатам обучения по дисциплине, определение уровня освоения компетенций.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- оценка уровня освоения профессиональных (выбрать) компетенций, предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины;
- обеспечение текущего и промежуточного контроля успеваемости;
- оперативного и регулярного управления учебной, в том числе самостоятельной деятельностью обучающегося;
- соответствие планируемых результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс.

Оценочные материалы по учебной дисциплине включают в себя:

- перечень формируемых компетенций, соотнесённых с планируемыми результатами обучения по учебной дисциплине;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки соответствуют поставленным целям обучения;
- надежности: используются единообразные стандарты и критерии для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся имеют равные возможности для достижения успеха.

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, СООТНЕСЁННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ И ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Код компетенции, код индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Наименование оценочного средства	
		текущий контроль (включая контроль самостоятельной работы обучающегося)	промежуточная аттестация
ПК-4: ИД-ПК-4.1 ИД-ПК-4.2 ИД-ПК-4.4	– Вырабатывает навык ориентирования в историографии модного процесса; – Анализирует и прогнозирует тренды модной индустрии, ключевых дизайнеров и икон стиля, создает и продвигает визуальный контент. – Применяет на практике знания в области аналитики материалов ведущих тренд бюро, формирует собственную концепцию дизайн проекта; – Формирования требований правовой защиты интеллектуальной собственности.	Участие в устных дискуссиях Домашнее задание в виде презентаций и устного доклада.	Зачет с оценкой

4. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

4.1. Оценочные материалы **текущего контроля** успеваемости по учебной дисциплине, в том числе самостоятельной работы обучающегося, типовые задания

Дискуссия:

1. Ситуационный анализ рынка
2. Характеристика каналов сбыта в современных условиях рынка
3. Сравнительный анализ визуальных презентаций брендов в социальных сетях
4. Витрины и торговое пространство
5. Виды съемки визуальной презентации коллекций

Выступления с презентацией:

1. Ситуационный анализ рынка
2. Анализ бренда или ТМ российского рынка одежды или аксессуаров
3. Анализ конкурентов бренда
4. Характеристика каналов сбыта в современных условиях рынка
5. Планограмма 2 капсул коллекции в магазине
6. Сравнительный анализ визуальных презентаций брендов в социальных сетях
7. Витрины и торговое пространство
8. Виды съемки визуальной презентации коллекций
9. SWOT анализ ТМ

4.2. Оценочные материалы для проведения **промежуточной аттестации** по учебной дисциплине, типовые задания

Зачет с оценкой

Устный опрос по вопросам:

1. Определение мерчандайзинга
2. История визуального мерчандайзинга
3. Интегральный подход в мерчандайзинге
4. Цели и задачи мерчандайзинга
5. Описание технологического процесса разработки визуальной презентации
6. Классификационные признаки визуальной презентации
7. Обязательные элементы планограммы
8. Что отражает мерчандайзинг бук
9. Принципы и задачи создания визуальной презентации
10. Вертикальная и горизонтальная раскладка
11. Торговое оборудование, виды, особенности раскладки изделий
12. Назначение внешних витрин и принцип размещения товара в витринах
13. Назначение POS материалов
14. Психология внимания в клиентологии
15. Психология восприятия
16. Покупательское поведение, факторы, характеризующие покупательское поведение
17. Мотивация покупателя
18. Связь мерчандайзинга с жизненным циклом товара
19. Чем отличается мерчандайзинг от рекламной стратегии компании
20. Что включает технологическая карта презентации

21. Основные свойства психологии визуальной презентации
22. Структура восприятия контента через свойства
23. Виды съемок для создания контента
24. Распределение клиентов по категориям

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

В оценочные средства учебной дисциплины внесены изменения/обновления,
утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления оценочных средств	номер протокола и дата заседания кафедры