Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ярошенко Николай Николаевич
Должность: проректор по учебно-методической деятельности
Дата подписания: 30.10.2026 14:08:53
Уникальный программный ключ:
25cc77c6d2a242799b1569189212ec549db4bb3f

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета МАИС
Кот Ю.В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

START-UP В ДИЗАЙНЕ КОСТЮМА

Направление подготовки *54.03.01. ДИЗАЙН*

Профиль подготовки *ДИЗАЙН СЦЕНИЧЕСКОГО КОСТЮМА*

Квалификация выпускника *бакалавр*

Форма обучения *очная*

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1. Цель дисциплины:

- формирование у студентов системы знаний по общей теории и практике управления брендами в дизайне костюма с учетом исторических тенденций и современного развития.

1.2. Задачи дисциплины:

- изучение общих понятий и терминов брендинга – бренд, товарный знак, торговая марка;
- изучение истории возникновения брендов и брендинга;
- изучение основных современных учений и теорий брендинга, применяемых в России и в мире;
- обучение навыкам исследования потребителей, процессам сегментации и выбора целевых сегментов;
- ознакомление с основными методами разработки атрибутов и ценностей бренда, с понятием позиционирования и дифференциации,
- изучение теорий потребительской лояльности, механизмов возникновения лояльности и управления лояльностью потребителя;
- ознакомление с понятием жизненного цикла бренда, типами жизненного цикла бренда;
- ознакомление с системой оценки стадии жизненного цикла бренда, стратегиями омоложения брендов, с понятием ребрендинга;
- изучение опыта брендинга и перспективы его использования в России.

1.3 Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-6

Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов

ПК-3

Способен осуществлять самостоятельные научные исследования и изыскания в области прикладных и инновационных технологий искусства и дизайна; осваивает достижения научно-технического прогресса в области моды, ювелирного искусства, швейного производства, в смежных областях; применяет результаты собственных

ПК-4

Способен осуществлять разработки конструкции изделия, макетов, моделей, образцов, прототипов для авторского и промышленного, производства костюма. Способен передать проектные разработки для внедрения на производство.

ПК-5

Способен создавать базовые виды расчётной документации для обеспечения профессиональной деятельности, применять на практике нормативные документы, регламентирующие работу в области дизайна костюма и креативной индустрии, как персонально, так и в составе творческой организации.

В результате освоения студент должен:

Знать:

- Понимает общую структуру концепции реализуемого проекта;
- Называет ее составляющие и принципы их формирования;

- Принципы планирования профессиональной деятельности применительно к поставленным задачам;
- Механизмы использования самоконтроля в работе над реализацией проекта;

Уметь:

- Определяет круг задач в рамках поставленной цели;
- Формулирует взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели;
- Выбирать и оптимизировать ресурсы для решения задач;
- Точно следовать плану, выполняя необходимые действия;
- Осуществлять самоконтроль в работе над реализацией проекта;

Владеть:

- Концептуальным видением применительно к проекту.
- Прогнозирует ожидаемые результаты решения проектных задач;
- Разрабатывает план действий по решению поставленных задач.
- Корректирует проектные решения и план действий сообразно новым факторам и изменению ситуации

В числе профессиональных компетенций по индикаторам степени их освоения обучающийся должен:

ПК-3.1. Способен проводить теоретические, прикладные и научно-практические исследования в профессиональной области; оформлять результаты исследований и использовать практической и творческой работе.

ПК-3.2. Осуществляет мониторинг перспективных научных исследований в области специализации. Следит за развитием технологий в области моды, текстиля, смежных видов дизайна и искусства; актуализирует собственные знания и навыки в практической деятельности

ПК-3.3. Экспериментирует с новыми продуктами и инновационными технологиями дизайна костюма, обновляет свою технологическую базу

ПК-4.3. Оформляет проектные и конструктивные решения установленным образом, с соблюдением отраслевых стандартов, норм и правил

ПК-4.4. Обладает навыками профессиональной коммуникации с Заказчиком, коллегами по авторскому коллективу и со специалистами производственного цикла

ПК-5.1. Обладает базовыми навыками создания ресурсных и сметных расчётов, перечня работ, планов-графиков проектирования и производственного цикла

ПК-5.3. Обладает актуальными знаниями ценообразования проектных и производственных работ в дизайне костюма

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАДАНИЙ

2.1 Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы студента

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к дискуссии, презентации, подготовка доклада, конспектирование изучаемой литературы, материалов по изучаемой теме, выполнение практических заданий по дисциплине.

Самостоятельная работа обучающегося является продолжением аудиторной работы и содержит как творческие проектные поиски, так и исполнительские работы по выполнению утвержденных заданий начисто.

Результаты самостоятельной работы студента представляются преподавателю на семинарских занятиях для консультаций, разбора ошибок, обсуждения проектных решений и выработки планов дальнейшей индивидуальной работы. Самостоятельная работа обучающихся – это планируемая

учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

К самостоятельной работе по дисциплине относятся:
- проработка теоретического материала дисциплины
- подготовка к семинарским и практическим занятиям, в т.ч. подготовка к текущему контролю успеваемости обучающихся (текущая аттестация);
- подготовка к практическим работам;
- подготовка к промежуточной аттестации (зачётам, экзаменам).

Виды, формы и объемы самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины (модуля) определяются:
- содержанием компетенций, формируемых дисциплиной
- спецификой дисциплины, применяемыми образовательными технологиями;
- трудоемкостью СР, предусмотренной учебным планом;

Самостоятельная работа студентов в условиях формирования профессиональных компетенций по дисциплине «Start-up в дизайне костюма» включает в себя подготовку с докладу-презентации

Подготовка к семинарскому занятию заключается в:
- Изучение литературы и других источников по теме семинарского занятия;
- Конспектирование изучаемого материала и составление плана;
- Поиск и подборка необходимого иллюстративного материала;
- Обработка графического материала в компьютерных графических программах;
- Разработка плана презентации по теме семинарского занятия.

Планы лекционных и семинарских занятий по дисциплине

	Содержание плана
Раздел 1 Рождение и развитие бренда в сфере дизайна костюма	
Тема 1.1 Понятие бренда в дизайне костюма.	Лекция с визуальной презентацией: - понятие бренда и торговой марки (сходство и отличия) - понятие личного бренда, его создание и позиционирование - история создания первых брендов в дизайне костюма - этапы создания и разработки бренда - технологии развития - вопросы по лекционному материалу
Тема 1.2 Бренд технологии в творчестве модельера Чарлза Ворта	Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Бренд Чарльза Фредерика Ворта в дизайне костюма» - доклад-презентация «Знаковые бренды ар-нуво в дизайне»
Тема 1.3 Бренд технологии в творчестве Поля Пуаре	- доклад-презентация «Технологии создания брендов в эпоху модерна» Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Бренд Поля Пуаре в дизайне костюма» - доклад-презентация «Знаковые бренды арт-деко в дизайне»
Раздел 2. Понятие бренд-дизайна	
Тема 2.1 Рождение и развитие бренда.	Лекция с визуальной презентацией: - роль дизайн технологий в становлении и развитии брендов

	Содержание плана
Тема 2.2 Опыт мирового брендинга. Тема 2.3 Роль дизайна в бренд-коммуникациях Тема 2.4 Структура фэшн-рынка	- креативные технологии в брендинге, понятие бренд-дизайн - сфера ответственности бренд-дизайна - структура ценностей бренд-дизайна - вопросы по лекционному материалу Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Маркетинг и бренд в сфере дизайна костюма» - доклад-презентация «Знаковые мировые бренды в дизайне костюма» Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Визуальные бренд-коммуникации» - доклад-презентация «Анализ модного рынка в дизайне костюма» Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Бридж-бренды в дизайне костюма» - доклад-презентация «Диффузные бренды в дизайне костюма» - доклад-презентация «Современные креативные коллаборации в дизайне костюма»
Раздел 3. Разработка стратегии визуальных бренд – коммуникаций	
Тема 3.1 Построение бренд-коммуникаций. Тема 3.2 Ребрендинг Тема 3.3 Креатив в создании бренда	Лекция с визуальной презентацией : - виды бренд-коммуникаций - технология построения бренд-коммуникации - технология функционирования бренд-коммуникации - функции дизайна в бренд-коммуникациях Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Технологии ребрендинга» - доклад-презентация «Ребрендинг как этап развития бренд-коммуникации» - доклад «Ребрендинг известных мировых брендов в дизайне костюма» Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Креативные технологии в ребрендинге» - доклады-презентации на тему: «Трансформация логотипа в ребрендинге» (на примере известных фирм по выбору студента)
Раздел 4. Реклама в продвижении и популяризации бренда	
Тема 4.1 Виды рекламы Тема 4.2 Рекламные технологии в дизайне костюма	Лекция с визуальной презентацией: - влияние рекламы в развитие бренда - понятие потребительская реклама - понятие корпоративная реклама - инновационные технологии в рекламе модных брендов - вопросы по теме лекционного занятия Семинарское занятие, презентация докладов:

	Содержание плана
Тема 4.3 Массовая культура и реклама	- доклады презентации на тему: «Виды рекламных технологий в дизайне костюма» (на примере известных брендов по выбору студентов) Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Отражение массовой культуры в модных брендах (на примере рекламы)» - доклад-презентация «Отражение глобализма в современных модных брендах (на примере рекламы)» - доклад презентация «Отражение антиглобализма в современных модных брендах (на примере рекламы)»
Раздел 5. Технология создания бренда в России.	
Тема 5.1 Особенности формирования и развития брендов России	Лекция с визуальной презентацией: - влияние западных тенденций на русские бренды - история создания известных русских брендов (на примере модного дома Slava Zaitsev) - понятие пирамиды бренда - значение концепции в создании бренда - современные стратегии брендинга в России
Тема 5.2 Русские консервативные бренды в дизайне костюма	Семинарское занятие, презентация докладов: - доклады-презентации по теме: «Консервативные, креативные и молодежные бренды в России» (по выбору студентов) - доклад-презентация «Локальные бренды и мидл-сегмент России»
Тема 5.3 Русские молодежные бренды в дизайне костюма	Семинарское занятие, презентация докладов: - доклад-презентация «Анализ бренда Gate312» - доклад-презентация «Анализ бренда Zig&Yoni и Gaff Gang» - доклад-презентация «Анализ бренда Pe for Girls» - доклад-презентация «Анализ бренда Ushatava» - докла-презентация «Анализ бренда NNedre и MirStores» - доклад-презентация «Анализ бренда Arny Praht» - доклад-презентация «Анализ бренда 2Mood2 - доклад-презентация «Анализ бренда Форма» - доклад-презентация « Анализ бренда 12Storeez» - доклад-презентация «Анализ бренда Askent» - доклад-презентация «Анализ бренда Akhmadullina Dreams» - доклад-презентация «Анализ бренда I AM Studio»
Тема 5.4 Разработка авторского бренда в дизайне костюма	Практические занятия по разработке авторского бренда - разработка концепции авторского бренда (выполнение схемы концепции бренда) - анализ целевой аудитории для данного авторского бренда и ее предпочтений (выполнение креативной таблицы анализа целевой аудитории) - анализ фэшн сегмента где может быть актуален данный авторский бренд (выполнение креативного коллажа) - исследование аналогичных брендов в дизайне костюма, выявление достоинств и недостатков брендов-аналогов(составление таблицы и коллажа по брендам-аналогам)

	Содержание плана
	- разработка логотипа и слогана авторского бренда (выполнение поисковых фор-эскизов, выполнение творческих эскизов, обработка эскизной графике в компьютерных графических редакторах) - разработка стратегии в рекламе авторского бренда (выполнение креативного коллажа по рекламным технологиям авторского бренда) - разработка рекламного плаката авторского бренда (выполнение фор-эскизов, выполнение творческих эскизов плаката, выполнение окончательного варианта плаката в графических редакторах) - выполнение презентации по авторскому бренду в дизайне костюма - представление презентации по авторскому бренду в аудитории

Самостоятельная работа студента по дисциплине

Тема раздела	Вид самостоятельной работы студента	Количество часов
Раздел 1. Рождение и развитие бренда в сфере дизайна костюма		
Тема 1.2 Бренд технологии в творчестве модельера Чарлза Ворта	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 1.3 Бренд технологии в творчестве Поля Пуаре	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Раздел 2. Понятие бренд-дизайна		
Тема 2.2 Опыт мирового брендинга.	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 2.3 Роль дизайна в бренд-коммуникациях	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 2.4 Структура фэшн-рынка	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Раздел 3. Разработка стратегии визуальных бренд – коммуникаций		
Тема 3.2 Ребрендинг	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 3.3 Креатив в создании бренда	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Раздел 4. Реклама в продвижении и популяризации бренда		

Тема 4.2 Рекламные технологии в дизайне костюма	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 4.3 Массовая культура и реклама в дизайне костюма	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Раздел 5. Технология создания бренда в России		
Тема 5.2 Русские консервативные бренды в дизайне костюма	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 5.3 Русские молодежные бренды в дизайне костюма	Сбор информации по теме доклада Обработка иллюстративного материала Подготовка презентации в графических редакторах	1 час
Тема 5.4 Разработка авторского бренда в дизайне костюма	Сбор информации по теме практического задания Разработка поисковых эскизов по теме практического задания Обработка эскизной графики в графических программах Составление схем и таблиц по теме задания	4 часа

Самостоятельная работа по теме практического задания: «Разработка авторского бренда в дизайне костюма»

- выполнение в графических редакторах схемы концепции авторского бренда;
- выполнение креативной таблицы анализа целевой аудитории для авторского бренда;
- выполнение креативного коллажа по фэшн сегменту где планируется реализации авторского бренда;
- составление таблицы и коллажа по брендам-аналогам;
- выполнение поисковых фор-эскизов, выполнение творческих эскизов, обработка эскизной графике в компьютерных графических редакторах для логотипа авторского бренда;
- выполнение креативного коллажа по рекламным технологиям авторского бренда;
- выполнение фор-эскизов, выполнение творческих эскизов плаката, выполнение окончательного варианта рекламного плаката для авторского бренда;
- выполнение презентации по авторскому бренду в дизайне костюма (10-15 слайдов)

Презентация по теме практического задания может быть выполнена в следующих компьютерных программах: Microsoft PowerPoint, Apple Keynote, LibreOffice Impress, Google Slides, WPS Office

Оценивание выполнения самостоятельной работы

Зачтено/не зачтено	Показатели	Критерии
Зачтено	УК-2, УК-6 ПК-3, ПК-4, ПК-5	• Проведен необходимый сбор материалов по теме доклада; • Проведены систематизация и анализ материалов; • Самостоятельная работа выполнена своевременно в требуемом объеме;

	1. Сбор материалов по теме к докладу-презентации; 2. Полнота и связанность самостоятельной работы с аудиторной; 3. Своевременность выполнения самостоятельной работы; 4. Методичность выполнения практической самостоятельной работы;	• Соблюдена правильная последовательность выполнения самостоятельной работы; • Подготовлена качественная итоговая презентация заданий к аттестации
Не зачтено		• Сбор материалов не выполнен, или не отвечает теме, или не достаточен; • Осмысление и анализ материалов не проведены или сделаны ошибочные выводы; • Самостоятельная работа не связана с работой в аудитории, не является её логическим продолжением; • Самостоятельная работа не выполняется или выполняется несвоевременно; • Методика и последовательность работ не соблюдаются или не выполняются этапы работ; • Итоговая презентация не выполнена или выполнена на неприемлемо низком уровне.

2.2 Методические рекомендации по подготовке доклада-презентации к семинарским занятиям

По темам семинарских занятий студенты готовят доклады-презентации. Доклад представляет собой краткое изложение наиболее существенных аспектов профессиональной проблематики применительно к явлению, процессу, модному стилю или модной тенденции в дизайне костюма. Доклад сопровождается экранной презентацией, которая не должна быть тождественна докладу, но должна расширить, дополнить и визуализировать сказанное в докладе. Презентация может и должна содержать элементы инфографики: схемы, таблицы, диаграммы, расширяющие восприятие материалов доклада. Объем экранной презентации должен составлять от 15 до 30 слайдов, длительность доклада от 10 до 20 минут. Презентация к докладу может быть выполнена в следующих компьютерных программах: Microsoft PowerPoint, Apple Keynote, LibreOffice Impress, Google Slides, WPS Office.

Рекомендации студенту:

1. перед началом работы по написанию доклада согласовать с преподавателем тему, структуру, литературу, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в докладе;
2. представить доклад научному руководителю в письменной форме;
3. выступить на семинарском занятии с презентацией своего доклада, ответить на вопросы студентов группы.

Общая оценка за доклад учитывает содержание доклада, его презентацию, а также ответы на вопросы. Оценка доклада осуществляется педагогом в рамках текущей аттестации на семинарах согласно календарно-тематическому плану и оказывает интегральное влияние на общую оценку за промежуточную аттестацию в семестре.

Доклад-презентация осуществляется на практических занятиях семинарского типа путем публичного представления результатов самостоятельной работы по мониторингу и осмыслению новой темы раздела дисциплины и оценивается в текущей аттестации согласно критериям оценки КИМ (см. п.2.5.2).

Оценка доклада осуществляется педагогом в рамках текущей аттестации на семинарах согласно календарно-тематическому плану и оказывает интегральное влияние на общую оценку за промежуточную аттестацию в семестре.

Примерные темы докладов по разделам дисциплины.

Раздел 1. Рождение и развитие бренда в сфере дизайна костюма. Индикаторы компетенций УК-2.1,

Темы докладов-презентаций:

1. Бренд Чарльза Фредерика Ворта в дизайне костюма

2. Бренд Поля Пуаре в дизайне костюма
3. Технологии создания брендов в эпоху модерна
4. Знаковые бренды арт-деко в дизайне
5. Знаковые бренды ар-нуво в дизайне

Раздел 2. Понятие бренд-дизайна. Индикаторы компетенций УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-
Темы докладов-презентаций:
1. Маркетинг и бренд в сфере дизайна костюма
2. Анализ модного рынка в дизайне костюма
3. Бридж-бренды в дизайне костюма
4. Диффузные бренды в дизайне костюма
5. Современные креативные коллаборации в дизайне костюма

Раздел 3. Разработка стратегии визуальных бренд – коммуникаций.
Темы докладов-презентаций:
1. Ребрендинг как этап развития бренд-коммуникации
2. Ребрендинг известных мировых брендов в дизайне костюма
3. Креативные технологии в ребрендинге
4. Трансформация логотипа в ребрендинге (на примере известных фирм)

Раздел 4. Реклама в продвижении и популяризации бренда
Темы докладов-презентаций:
1. Виды рекламных технологий в дизайне костюма (на примере известных брендов)
2. Отражение массовой культуры в модных брендах (на примере рекламы)
3. Отражение глобализма в современных модных брендах (на примере рекламы)
4. Отражение антиглобализма в современных модных брендах (на примере рекламы)

Раздел 5. Технология создания бренда в России.
Темы докладов-презентаций:
1. Консервативные, креативные и молодежные бренды в России
2. Локальные бренды и мидл-сегмент России.
3. Анализ бренда Gate31
4. Анализ бренда Zig&Yoni и Gaff Gang
5. Анализ бренда Pe for Girls
6. Анализ бренда Ushatava
7. Анализ бренда NNedre и MirStores
8. Анализ бренда Arny Praht
9. Анализ бренда 2Mood
10. Анализ бренда Форма
11. Анализ бренда 12Storeez
12. Анализ бренда Askent
13. Анализ бренда Akhmadullina Dreams
14. Анализ бренда I AM Studio

2.3 Методические рекомендации к рубежной аттестации (опрос студентов)

Рубежный контроль по дисциплине «Start-up в дизайне костюма» сдаётся на 8-9 учебной недели. Рубежный контроль представляет собой устный опрос (коллоквиум) по изученным темам. Билет состоит из 2 теоретических вопросов. Для подготовки к рубежному контролю необходимо повторить материалы, пройденные за время изучения дисциплины, а так же изучить дополнительные источники, предложенные в списке литературы.

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного

материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 3 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы. Опрос предполагает устный ответ студента на один основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать
Теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Вопросы для рубежного контроля

1. Определения термина «бренд» и «брендинг»
2. Различие между терминами «бренд» и «товарный знак».
3. Основные показатели эффективности бренда.
4. Эмоциональный капитал бренда.
5. Формирование лояльности к бренду.
6. Хранители бренда.
7. Составление бренд-бука.
8. Планирование коммуникаций как инструмент развития бренда.
9. Структурообразующие элементы архитектуры бренда.
10. Опыт мирового брендинга на примере обзоров американских, европейских и российских представителей бренд-менеджмента.
11. Сегментирование модного рынка: подходы.
12. Формирование имиджа бренда.
13. Атрибуты и ценности бренда.
14. Позиционирование бренда.
15. Основные виды стратегий позиционирования бренда.
16. Продвижение бренда по-новому: инновационные и нестандартные способы взаимодействия с потребителем.
17. Креативные технологии в брендинге.
18. Жизненный цикл бренда.
19. Стратегии управления брендом на различных этапах жизненного цикла.
20. Методы выявления признаков старения бренда.
21. Стратегии омоложения бренда.
22. Пирамида бренда: пример.
23. Коммуникационное поле бренда: его стороны.
24. Роль бренда в формировании корпоративной культуры.
25. Понятие идентичности бренда.
26. Отличие идентичности от имиджа бренда.
27. PR как инструмент эффективного брендинга.
28. Влияние бренда на моду.
29. Успешное и неуспешное использование западных концепций брендинга в России.
30. Влияние на имидж бренда имиджа лиц, представляющих бренд.

Оценивание рубежной аттестации – опрос

Зачтено/не зачтено	**Показатели**	**Критерии**

Отлично	1. Студент ориентируется в материале. 2. Ответы на вопросы аргументированы 3. Студент отвечает на дополнительные вопросы, излагает материал логически последовательно, делает самостоятельные выводы	Ответ на контрольные вопросы точный, обоснованный и развернутый ответ; ответ указывает на глубокое и содержательное усвоение пройденного учебного материала
Хорошо		Ответ на контрольные вопросы точный, но при обосновании ответа допущены отдельные неточности
Удовлетворительно		Ответ на контрольные вопросы точный, но без обоснования, в ответе допущены отдельные ошибки
Неудовлетворительно		Ответ на контрольные вопросы неточный, указывающий на плохое усвоение пройденного учебного материла; допущены многочисленные ошибки

2.4 Методические рекомендации к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Start-up в дизайне костюма» проводиться в форме презентации творческого практического задания.
Промежуточные аттестации служат инструментом оценки освоения обучающимся компетенций, вырабатываемых дисциплиной «Личный бренд в дизайне костюма»

Практическая работа «Разработка авторского бренда в дизайне костюма».
1. Схема концепции авторского бренда (рисунок, таблица и т.д.);
2. Креативная таблица анализа целевой аудитории для авторского бренда;
3. Креативный коллаж по фэшн сегменту где планируется реализации авторского бренда;
4. Таблица по брендам-аналогам и коллаж по брендам-аналогам;
5. Поисковые фор-эскизов авторского логотипа, творческие эскизы авторского логотипа, обработка эскизной графике в компьютерных графических редакторах для логотипа авторского бренда;
6. Креативный коллаж по рекламным технологиям авторского бренда;
7. Фор-эскизы рекламного плаката, творческие эскизы рекламного плаката, окончательный вариант рекламного плаката для авторского бренда;
8. Творческая презентация по авторскому бренду в дизайне костюма (10-15 слайдов)
Презентация по теме практического задания может быть выполнена в следующих компьютерных программах: Microsoft PowerPoint, Apple Keynote, LibreOffice Impress, Google Slides, WPS Office
Промежуточная аттестация по дисциплине – экзамен проводится в рамках экзаменационной сессии по итогам учебного семестра в форме итогового кафедрального просмотра.
Промежуточная аттестация – итоговая оценка работы обучающегося по всем темам раздела за семестр. Промежуточная аттестация проводится в форме общего кафедрального просмотра с участием всех педагогов профессионального цикла по профилю подготовки. Общий просмотр позволяет провести сравнительную оценку достижений обучающихся и установить сформированность необходимых компетенций.
Весь объём выполненных творческих заданий за семестр, прошедших рубежные аттестации, представляется обучающимся к коллегиальной оценке ППС кафедры. Задания должны быть

закончены, оформлены и представлены удобным для оценивания образом, согласованным с ведущим педагогом по дисциплине.

Зачет как форма промежуточного контроля и организации обучения служит приемом проверки степени усвоения учебного материала и лекционных занятий, качества усвоения обучающимися отдельных разделов учебной программы, сформированных умений и навыков.
В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые.
Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение процесса обучения;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка экспозиции практической работы студента

Результаты зачета объявляются обучающемуся после представления практической работы на просмотре. Также при проведении промежуточной аттестации учитывается активность студента во время аудиторных лекционных занятий, и его участие в практических семинарских занятиях с докладами-презентациями.

3. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Список литературы и источников

Основная литература:

1. Баранова С.А. Основы брендинга: курс лекций и тестовые задания: учебное пособие и тестовые задания / С.А.Баранова. – Москва: ФЛИНТА, 2021. -98с. – ISBN 978-5-9765-4702-5. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/182739 (дата обращения: 05.02.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей

2. Годин А.М. Брендинг:Учебное пособие / А.М.Годин. – 4-е, изд. – Москва: Дашков и К, 2016. – 184с. – ISBN 978-5-394-02629-4. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/93371 (дата обращения: 05.02.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей

Дополнительная литература:

1. Тульчинский Г.Л. Маркетинг в сфере культуры: учебное пособие / Г.Л.Тульчинский, Е.Л.Шекова. – 5-е изд., стер. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2021. – 496с. – ISBN 978-5-8114-7851-4. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/167253 (дата обращения: 05.02.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей

2. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры: учебное пособие / Г.Л.Тульчинский. – Санкт-Петербург: Планета музыки, 2011. – 576с. – ISBN 978-5-8114-1241-9. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/2047 (дата обращения: 05.02.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующая информационная справочная система: электронно-библиотечная система elibrary.

Доступ в ЭБС:

- ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».
- ООО «Издательство Лань».
- ООО «Компания Ай Пи Ар Медиа».
- ООО «Центральный коллектор библиотек «БИБКОМ».