

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Юров Сергей Серафимович  
Должность: ректор  
Дата подписания: 13.02.2024 14:46:01  
Уникальный программный ключ:  
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**  
ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНА И МОДЫ

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор **С.С. Юров**  
от « 29 » июня 2023 г.



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### ФТД.В.02 «НОВЫЕ МЕДИА В ФЭШН-ИНДУСТРИИ»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

*проектный*

Направленность (профиль):

«Арт-проектирование костюма»

Форма обучения:

очная

Москва 2023

**Разработчик:**

Андросова Э.М. – кандидат культурологии, доцент, заведующая кафедрой дизайна.

«25» июня 2023г.



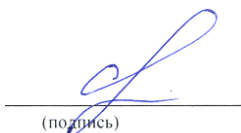
(подпись)

Э.М. Андросова

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 1015 от 13.08.2020 г.

**СОГЛАСОВАНО:**

Декан факультета ФДМ



(подпись)

/В.В. Самсонова/

Заведующая кафедрой разработчика  
РПД, доцент, кандидат  
культурологии



подпись

/ Э.М. Андросова/

Протокол заседания кафедры № 3 от «29» июня 2023 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины
4. Результаты освоения дисциплины обучающимся
5. Объем дисциплины и распределение видов учебной работы по семестрам
6. Структура и содержание дисциплины
7. Примерная тематика курсовых работ
8. Фонд оценочных средств по дисциплине
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины
11. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины
12. Приложение 1

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель:** ознакомление с новыми методами использования медиа в фэшн-индустрии и развитие навыков и компетенций студентов в этой области.

**Задачи:**

- овладение основными особенностями в фэшн-индустрии;
- выявить основные особенности продвижения в пространстве новых медиа;
- использовать полученные знания для успешной работы в области дизайна костюма и при создании профессионального имиджа дизайнера костюма;
- сформировать основные навыки использования медиа-контента в фэшн-индустрии.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

### 2.1. Место дисциплины в учебном плане:

**Блок:** Факультативные дисциплины.

**Часть:** Часть, формируемая участниками образовательных отношений

**Осваивается:** 6 семестр

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-1** – способен осуществлять предпроектные дизайнерские исследования в области прогнозирования модных тенденций одежды.

## 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ПК-1</b> Способен осуществлять предпроектные дизайнерские исследования в области прогнозирования модных тенденций одежды	<b>ПК-1.1.</b> Осуществляет комплексное исследование рынка и традиций перспективных трендов в fashion-индустрии, анализ подиумных показов	Знать: понятия и термины, используемые в fashion-индустрии; методы исследования рынка моды, тенденции и тренды в моде Уметь: анализировать, интерпретировать подиумные показы и модные коллекции; оценивать коммерческую ценность и потенциал модных трендов для бизнеса в fashion-индустрии Владеть: инструментами маркетингового исследования; навыками обработки информации, порожденной подиумными показами и другими источниками, связанными с модной индустрией
	<b>ПК-1.2.</b> Осуществляет отслеживание тенденций в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на	Знать: базовые основы в области моды, дизайна, искусства, фотографии и кинематографии; иметь представление о современных тенденциях в сфере искусства Уметь: ориентироваться в современных тенденциях в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды; изучать и осмысливать работы и произведения в этих областях, исследуя их стиль, концепцию,

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
	индустрию моды	технику и воздействие Владеть: чувством стиля и эстетического восприятия; аналитическим и критическим мышлением для понимания влияния и значимости определенных трендов и их применимости в модной индустрии

## 5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Новые медиа в фэшн-индустрии» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, составляет: 2 з.е. / 72 час.

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>36</b>
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>36</b>
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
<b>Промежуточная аттестация:</b>	
Вид	Зачет – 6 семестр
Трудоемкость (час.)	-
<b>Общая трудоемкость з.е. / часов</b>	<b>2 з.е. / 72 час.</b>

## 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Очная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	История и эволюция новых медиа в фэшн-индустрии	4	4	-	9
2	Тренды и перспективы развития новых медиа в фэшн-индустрии	4	4	-	9
3	Фотография и обработка изображений: цифровые фото-технологии, ретушь, обработка	5	5	-	9
4	Оценка эффективности проектов на основе использования новых медиа	5	5	-	9
Итого (часов)		18	18	-	36
<b>Форма контроля:</b>		<b>Зачет</b>			
<b>Всего за 6 семестр:</b>		<b>72/2 з.е.</b>			

### СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. История и эволюция новых медиа в фэшн-индустрии.** Мода – одна из доминирующих форм культурных практик, культурная индустрия, создающая собственные технологии коммуникаций и особый тип медиапродукта. Потребление моды становится важнейшим фактором поддержания избыточного потребления и конструкта статусности и престижности индивидуума. Кардинальная трансформация индустрии моды происходит вместе с эволюцией ретейла. Традиционные модели ретейла были заложены в 1830 гг. первыми универмагами.

**Тема 2. Тренды и перспективы развития новых медиа в фэшн-индустрии.** Видео-контент: создание и монтаж видео, видео-блоги, покадровая анимация. Правовые аспекты создания и продвижения модного контента. Модные бренды используют социальные сети для рекламы и привлечения своего целевого рынка. Результаты всех каналов социальных сетей являются конкретными, измеримыми и целевыми. Другие варианты использования включают создание отчетов о новостях моды, предоставление клиентам обновлений и объявлений о новых модных линиях, событиях и рекламных акциях, а также обслуживание клиентов. Например, организации могут использовать Facebook для продвижения модных событий и выпуска новостных статей об этих событиях, включая цифровые фотографии и видео. Они могут использовать Twitter для более коротких обновлений и объявлений. Модная компания и ее рекламное агентство решают, какие сайты использовать, и, насколько это возможно, контролируют, как эти сайты отображают свое изображение и контент. Осознание компаниями зависимости общества от технологий как средства поиска информации побудило модные бренды вкладывать средства в улучшение своего присутствия в социальных сетях.

**Тема 3. Фотография и обработка изображений: цифровые фото-технологии, ретушь, обработка.** Социальные медиа: блоги, инстаграм, тикток, использование хештегов, совместные проекты.

В 2010 году был запущен Instagram, который расширил сферу рекламы моды. Instagram позволяет людям публиковать фотографии и короткие видеоролики с возможностью пометки разных аккаунтов. Для заключения сделок с брендами компании можно просто пометить на картинке, вместо того чтобы создавать рекламу или строки для высказывания пользователя. На каждой фотографии пользователи могут отмечать марки одежды, которые они носили, что очень упрощает продвижение брендов. Кроме того, Instagram может показывать рекламу в ленте пользователей на основе других понравившихся пользователям постов, которые используются модными компаниями для таргетинга на своих потенциальных клиентов. Пользователи также используют Instagram для продвижения моды, когда их приглашают на модные мероприятия. Например, они могут сфотографироваться на мероприятии и опубликовать это в Instagram, указать свое местоположение в месте проведения и отметить компанию.

**Тема 4. Виртуальная и дополненная реальность: создание 3D-визуализаций, виртуальные примерочные, AR-технологии.** Будущее виртуальной реальности в индустрии моды. Исследование и анализ успешных проектов фэшн-брендов с использованием новых медиа.

В начале пандемии Covid-19 компании больше полагались на социальные сети, чтобы поддерживать виртуальную вовлеченность своей публики. Модные компании проводили виртуальные показы мод, создавая видеоролики и контент о своих дизайнах. По мере расширения социальных сетей и появления новых платформ прогнозируется создание новых способов рекламы.

Перспективным трендом развития fashion-индустрии является использование виртуальных примерочных. Идея виртуальных примерочных состоит в том, что возможно заранее подобрать свой образ у экрана компьютера, имея в своем распоряжении реальную одежду современных брендов через доступ к каталогам компаний в интернете, оплатить ее любыми средствами.

Использование виртуальной реальности может захватить массовый сегмент потребителей. О внедрении виртуальных примерочных в магазинах одежды и использование чат-ботов как уникального средства взаимодействия и усиления связи покупателя с брендом.

**Тема 5. Оценка эффективности проектов на основе использования новых медиа.**

Выбор и формирование идеи проекта. Разработка концепции и создание контента. Продвижение проекта и его монетизация. Идея и концепция медиапроекта – это основа, на которой строится вся работа над проектом. Она определяет его цель, тематику, формат и уникальность. Идея должна быть интересной, актуальной и иметь потенциал привлечь аудиторию.

Для разработки идеи и концепции медиапроекта необходимо провести исследование рынка и анализ конкурентов. Это поможет определить пробелы и ниши, которые можно заполнить своим проектом. Также важно учитывать потребности и интересы целевой аудитории.

Концепция медиапроекта включает в себя описание его основных элементов: цели и задачи, форматы контента, стиль и тон коммуникации, дизайн и визуальную идентичность. Концепция должна быть четкой и понятной, чтобы команда проекта могла ее реализовать.

Идея и концепция медиапроекта являются основой для дальнейшей работы над проектом. Они помогают определить стратегию, создать контент, привлечь аудиторию и достичь поставленных целей.

## ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена.

### 8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

#### 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

##### 9.1. Рекомендуемая литература:

###### Основная литература:

1. Ворт Ж.Ф. Век моды / Ж.Ф. Ворт; пер. с англ. А.А. Бряндинской. – Москва: Этерна, 2013. – 320 с.: ил. – (Memoires de la mode – от Александра Васильева). – ISBN 978-5-480-00319-2;

*Режим доступа:* <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277900>

2. Хорошилова О.А. Костюм и мода Российской империи: Эпоха Николая II / О.А. Хорошилова. – Москва: Этерна, 2012.

*Режим доступа:* <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277740>

3. Свендсен, Ларс Философия моды / Ларс Свендсен. — Москва : Прогресс-Традиция, 2007. — 256 с.

*Режим доступа:* [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=45119](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=45119)

4. Старикова Ю.А. Индустрия моды: учебное пособие / Ю.А. Старикова. – Москва: Приор, 2009.

*Режим доступа:* <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56287>

5. Хамматова В.В. Дизайнеры России, США, Японии и Германии XX века: учебное пособие / В.В. Хамматова, А.Ф. Салахова, А.И. Вильданова; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет». – Казань: Издательство КНИТУ, 2013.

*Режим доступа:* <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258806>

6. Цветкова Н.Н. История текстильного искусства и костюма. Древний мир: учебное пособие / Н.Н. Цветкова. – Санкт-Петербург: Издательство «СПБКО», 2010

*Режим доступа:* <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209999>

7. Чинцова М.К. Графические образы моды: учебное пособие / М.К. Чинцова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральская государственная архитектурно-художественная академия. – Екатеринбург: Архитектон, 2013.

*Режим доступа:* <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436783>

###### Дополнительная литература:

1. Баранов, Г. С. Мода и гендер в эпоху постмодерна / Г. С. Баранов, Д. Д. Родионова. Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2006. — 204 с.

*Режим доступа:* [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=227785](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=227785)

2. Васильев, А. История моды: Кристиан Диор: Выпуск 14 / А. Васильев. — Москва: Этерна, 2012. — 66 с.

*Режим доступа:* [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=277693](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=277693)



## **9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.**

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

### **Лицензионное программное обеспечение:**

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726).

### **Свободно распространяемое программное обеспечение:**

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

## **9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online
2. [http://www.season.ru/kachat/1\\_odegda/](http://www.season.ru/kachat/1_odegda/) - макетирование одежды
3. [www.designyoutrust.com](http://www.designyoutrust.com) - ежедневный дизайнерский журнал, публикующий статьи о новых направлениях в дизайне
4. [www.iprbookshop.ru/](http://www.iprbookshop.ru/) – электронная библиотечная система IPR BOOKS
5. [www.anothermag.com](http://www.anothermag.com) - сетевая версия фэшн-издания
6. [www.fashion-era.com](http://www.fashion-era.com) - энциклопедия по истории моды
7. [www.catwalking.com](http://www.catwalking.com) - архив фотографий с показов
8. [www.fashiontrendsetter.com](http://www.fashiontrendsetter.com) - модные тенденции
9. [www.fashionmission.nl](http://www.fashionmission.nl) - каталог ссылок о моде, стиле, тенденциях и дизайне
10. [www.firstview.com](http://www.firstview.com) - фотографии и видеозаписи мировых показов
11. [www.ftv.com](http://www.ftv.com) - сетевое представительство телеканала Fashion TV.com
12. [www.i-dmagazine.com](http://www.i-dmagazine.com) - журнал i-D
13. [www.japanesestreets.com](http://www.japanesestreets.com) - стрит фэшн
14. [www.rfw.ru](http://www.rfw.ru) - Russian Fashion Week

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебные занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий - компьютерный класс оснащена:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная;
- б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки;
- в) наглядные пособия в цифровом виде, слайд-презентации, видеофильмы, макеты и т.д., которые применяются по необходимости в соответствии с темами (разделами) дисциплины;
- г) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Проектная мастерская оснащена:

- а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная;

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки, многофункциональное устройство;

в) наглядные пособия в цифровом виде, слайд-презентации, видеофильмы, макеты и т.д., которые применяются по необходимости в соответствии с темами (разделами) дисциплины;

г) стол проектный большой, коврики для резки макетов, инструменты и оборудование, материалы по видам профессиональной деятельности;

д) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебели: столы, стулья, доска маркерная учебная;

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки;

в) персональные компьютеры, подключенные к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Помимо лекционных занятий продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной творческой работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; поиск нетривиальных решений; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ. Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа со стилем, цветом, формой и текстурой в дизайне костюма, из которых следует определенная последовательность действий. Эти действия стимулируют развитие логического, рационального и творческого подхода к решению поставленных задач. Лекции являются неотъемлемой частью учебной работы по дисциплине «Новые медиа в фэшн-индустрии». Групповое обсуждение контрольных вопросов проходит в конце каждого раздела учебной программы данной дисциплины.

Изучение курса дисциплины «Новые медиа в фэшн-индустрии» проходит в следующей методической последовательности:

1. Вводная лекция, краткий анализ видов учебной работы и показ лучших креативных разработок модного дизайна костюма.
2. Поиск концептуальных образов, создание креативного дизайна на заданную тему.
3. Методический разбор выполняемого креативного дизайна костюма, выбор лучших вариантов и их утверждение.
4. Корректировка и выполнение креативного дизайна образа костюма.
5. Подготовка креативного дизайна модного образа к просмотру и презентационного материала по итогам работы над материалами.
6. Методический разбор в присутствии студентов.

Просмотр и оценка креативных макетов.

## *Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины*

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

*Для лиц с нарушениями зрения:*

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

*Для лиц с нарушениями слуха:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

*Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:*

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»**

Факультет дизайна и моды  
Кафедра дизайна

**Фонд оценочных средств**

Текущего контроля и промежуточной аттестации  
по дисциплине (модулю)

**ФТД.В.02 «НОВЫЕ МЕДИА В ФЭШН-ИНДУСТРИИ»**

**Для направления подготовки:**

54.03.01 Дизайн  
(уровень бакалавриата)

**Типы задач профессиональной деятельности:**

*проектный*

**Направленность (профиль):**

«Арт-проектирование костюма»

**Форма обучения:**

очная

### Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<b>ПК-1</b> Способен осуществлять предпроектные дизайнерские исследования в области прогнозирования модных тенденций одежды	<b>ПК-1.1.</b> Осуществляет комплексное исследование рынка и традиций перспективных трендов в fashion-индустрии, анализ подиумных показов	Знать: понятия и термины, используемые в fashion-индустрии; методы исследования рынка моды, тенденции и тренды в моде Уметь: анализировать, интерпретировать подиумные показы и модные коллекции; оценивать коммерческую ценность и потенциал модных трендов для бизнеса в fashion-индустрии Владеть: инструментами маркетингового исследования; навыками обработки информации, порожденной подиумными показами и другими источниками, связанными с модной индустрией
	<b>ПК-1.2.</b> Осуществляет отслеживание тенденций в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды	Знать: базовые основы в области моды, дизайна, искусства, фотографии и кинематографии; иметь представление о современных тенденциях в сфере искусства Уметь: ориентироваться в современных тенденциях в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды; изучать и осмысливать работы и произведения в этих областях, исследуя их стиль, концепцию, технику и воздействие Владеть: чувством стиля и эстетического восприятия; аналитическим и критическим мышлением для понимания влияния и значимости определенных трендов и их применимости в модной индустрии

### Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>Не знает:</b> понятия и термины, используемые в fashion-индустрии; методы исследования рынка моды, тенденции и тренды в моде <b>Не умеет:</b> анализировать, интерпретировать подиумные показы и модные коллекции;	<b>В целом знает:</b> понятия и термины, используемые в fashion-индустрии; методы исследования рынка моды, тенденции и тренды в моде <b>В целом умеет:</b> анализировать, интерпретировать подиумные показы и модные коллекции;	<b>Знает:</b> понятия и термины, используемые в fashion-индустрии; методы исследования рынка моды, тенденции и тренды в моде <b>Умеет:</b> анализировать, интерпретировать подиумные показы и	<b>В полном объеме знает:</b> понятия и термины, используемые в fashion-индустрии; методы исследования рынка моды, тенденции и тренды в моде <b>В полном объеме умеет:</b> анализировать, интерпретировать

<b>Шкала оценивания</b>			
<b>неудовлетворительно</b>	<b>удовлетворительно</b>	<b>хорошо</b>	<b>отлично</b>
<p>оценивать коммерческую ценность и потенциал модных трендов для бизнеса в fashion-индустрии</p> <p><b>Не владеет:</b> инструментами маркетингового исследования; навыками обработки информации, порожденной подиумными показами и другими источниками, связанными с модной индустрией</p>	<p>оценивать коммерческую ценность и потенциал модных трендов для бизнеса в fashion-индустрии</p> <p><b>В целом владеет:</b> инструментами маркетингового исследования; навыками обработки информации, порожденной подиумными показами и другими источниками, связанными с модной индустрией</p>	<p>модные коллекции; оценивать коммерческую ценность и потенциал модных трендов для бизнеса в fashion-индустрии</p> <p><b>Владеет:</b> инструментами маркетингового исследования; навыками обработки информации, порожденной подиумными показами и другими источниками, связанными с модной индустрией</p>	<p>подиумные показы и модные коллекции; оценивать коммерческую ценность и потенциал модных трендов для бизнеса в fashion-индустрии</p> <p><b>В полном объеме владеет:</b> инструментами маркетингового исследования; навыками обработки информации, порожденной подиумными показами и другими источниками, связанными с модной индустрией</p>
<p><b>Не знает:</b> базовые основы в области моды, дизайна, искусства, фотографии и кинематографии; иметь представление о современных тенденциях в сфере искусства</p> <p><b>Не умеет:</b> ориентироваться в современных тенденциях в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды; изучать и осмысливать работы и произведения в этих областях, исследуя их стиль, концепцию, технику и воздействие</p> <p><b>Не владеет:</b> чувством стиля и эстетического восприятия; аналитическим и критическим мышлением для понимания влияния и значимости определенных трендов и их применимости в</p>	<p><b>В целом знает:</b> базовые основы в области моды, дизайна, искусства, фотографии и кинематографии; иметь представление о современных тенденциях в сфере искусства</p> <p><b>В целом умеет:</b> ориентироваться в современных тенденциях в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды; изучать и осмысливать работы и произведения в этих областях, исследуя их стиль, концепцию, технику и воздействие</p> <p><b>В целом владеет:</b> чувством стиля и эстетического восприятия; аналитическим и критическим мышлением для понимания влияния и</p>	<p><b>Знает:</b> базовые основы в области моды, дизайна, искусства, фотографии и кинематографии; иметь представление о современных тенденциях в сфере искусства</p> <p><b>Умеет:</b> ориентироваться в современных тенденциях в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды; изучать и осмысливать работы и произведения в этих областях, исследуя их стиль, концепцию, технику и воздействие</p> <p><b>Владеет:</b> чувством стиля и эстетического восприятия; аналитическим и критическим</p>	<p><b>В полном объеме знает:</b> базовые основы в области моды, дизайна, искусства, фотографии и кинематографии; иметь представление о современных тенденциях в сфере искусства</p> <p><b>В полном объеме умеет:</b> ориентироваться в современных тенденциях в сфере искусства, дизайна, фотографии, кинематографии и в других областях, непосредственно влияющих на индустрию моды; изучать и осмысливать работы и произведения в этих областях, исследуя их стиль, концепцию, технику и воздействие</p> <p><b>В полном объеме владеет:</b> чувством стиля и эстетического восприятия;</p>

<b>Шкала оценивания</b>			
<b>неудовлетворительно</b>	<b>удовлетворительно</b>	<b>хорошо</b>	<b>отлично</b>
модной индустрии	значимости определенных трендов и их применимости в модной индустрии	мышлением для понимания влияния и значимости определенных трендов и их применимости в модной индустрии	аналитическим и критическим мышлением для понимания влияния и значимости определенных трендов и их применимости в модной индустрии
<p><b>Не знает:</b> последние тенденции и инновации в сфере моды, а также основные принципы и технологии текстильного производства</p> <p><b>Не умеет:</b> собирать и обрабатывать информацию о новых конструкторских решениях и технологических инновациях; анализировать и интерпретировать технические чертежи, модели и прототипы одежды; проводить сравнительный анализ конкурентных аналогов проектируемых объектов и определять их преимущества и недостатки</p> <p><b>Не владеет:</b> практическими навыками в области конструирования и пошива одежды; способностью оценивать рыночный потенциал новых конструкторских и технологических решений одежды и текстильного производства</p>	<p><b>В целом знает:</b> последние тенденции и инновации в сфере моды, а также основные принципы и технологии текстильного производства</p> <p><b>В целом умеет:</b> собирать и обрабатывать информацию о новых конструкторских решениях и технологических инновациях; анализировать и интерпретировать технические чертежи, модели и прототипы одежды; проводить сравнительный анализ конкурентных аналогов проектируемых объектов и определять их преимущества и недостатки</p> <p><b>В целом владеет:</b> практическими навыками в области конструирования и пошива одежды; способностью оценивать рыночный потенциал новых конструкторских и технологических решений одежды и текстильного производства</p>	<p><b>Знает:</b> последние тенденции и инновации в сфере моды, а также основные принципы и технологии текстильного производства</p> <p><b>Умеет:</b> собирать и обрабатывать информацию о новых конструкторских решениях и технологических инновациях; анализировать и интерпретировать технические чертежи, модели и прототипы одежды; проводить сравнительный анализ конкурентных аналогов проектируемых объектов и определять их преимущества и недостатки</p> <p><b>Владеет:</b> практическими навыками в области конструирования и пошива одежды; способностью оценивать рыночный потенциал новых конструкторских и технологических решений одежды и текстильного производства</p>	<p><b>В полном объеме знает:</b> последние тенденции и инновации в сфере моды, а также основные принципы и технологии текстильного производства</p> <p><b>В полном объеме умеет:</b> собирать и обрабатывать информацию о новых конструкторских решениях и технологических инновациях; анализировать и интерпретировать технические чертежи, модели и прототипы одежды; проводить сравнительный анализ конкурентных аналогов проектируемых объектов и определять их преимущества и недостатки</p> <p><b>В полном объеме владеет:</b> практическими навыками в области конструирования и пошива одежды; способностью оценивать рыночный потенциал новых конструкторских и технологических решений одежды и текстильного производства</p>

## *Оценочные средства*

### **Задания для текущего контроля**

#### ***Пример творческого задания:***

1. Мудборд на тему «Модные тренды и тенденции в цвете».
2. Коллаж на тему «Тренды зима-осень будущих сезонов».
4. Мудборд на тему «Ведущие мировые модные тренды».
5. Проект на тему «Создание фэшн-брендов с использованием медиа».
6. Проект «Продвижение тренда с использованием видеоконтента».
7. Мудборд на тему «Модные тренды в 3D - визуализации»

Оценка творческого задания производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

### **Промежуточная аттестация**

#### ***Примерные вопросы к зачету, 6 семестр***

1. История возникновения фэшн-индустрии?
2. Понятие индустрии моды
2. Дать определение модным трендам.
3. Тенденции моды. Зачем нужен анализ трендов?
4. Что нужно сделать модным брендам для успеха в социальных медиа?
5. Влияние индустрии новых медиа на рынке
6. Перечислите основные принципы фотографии.
7. Что такое цифровая фотография?
8. Какова роль фотографии?
9. Как создать собственный имидж и стиль?
10. Что такое fashion-фотографии?
11. Что такое коммерческая фотография?
13. Как создать свою имиджевую страничку в Instagram?
14. Структура индустрии моды.
13. Прогнозирование тенденций в современной индустрии моды, структура тренда.
14. Какова природа происхождения модных тенденций?
15. Цикл развития модной тенденции.
16. Брэндинг и потребление модных товаров: специфика брендов в индустрии моды, идентификация бренда.
17. Дайте анализ модных показов в социальных сетях.
18. Российская индустрия моды: Проблемы и перспективы.
19. Специфика позиционирования и коммуникации брендов с потребителями в индустрии моды.
20. Типы коллекций в индустрии моды.
21. Развитие модной индустрии в Европе.
22. Перспективы развития новых медиа в фэшн-индустрии?
23. Назовите источники сбора информации для анализа трендов.
24. Перечислите новые медиа для создания проекта в фэшн-индустрии
25. Источники вдохновения новых медиа в фэшн-индустрии.
26. Сформулировать область применения модных тенденций в фэшн-индустрии на примере ведущих дизайнеров



### Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	2-балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	Зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания. 2. Аргументированность выводов. 3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы, способен применять умения при решении общих и нетиповых задач
Хорошо			глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки, способен применять умения при решении общих задач
Удовлетворительно			знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя, имеет навыки в ограниченной области профессиональной деятельности
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик: Андросова Э.М. – кандидат культурологии, доцент, заведующая кафедрой дизайна.

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры дизайна (Протокол заседания кафедры № 3 от «29» июня 2023г.).