МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»
(НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора
по учебно-методической работе
_____/Печурина Г.Г./
«____»_____2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
БРЕНД-ДИЗАЙН

Направление подготовки:	29.04.01 Технология изделий легкой промышленности
Программы магистратуры:	«Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства» «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви»
Квалификация:	магистр
Форма обучения:	очная
факультет	Технологии и дизайна
кафедра	Экономики и управления

Курс, семестр	2 курс, 3 семестр			
Лекции	6 час/0,17з.е	(2 час.*)	Экзамен	3 семестр
Практические занятия	24 час./0,67 з.е	(11 час.*)	Зачет	-
Лабораторные занятия	- час./- з.е.			
Контроль	36 час./1,00 з.е			
Самостоятельная работа	24 час./0,66 з.е			
Всего	144 час./4,00 з.е			
В т.ч. контактная работа	84 час. /2,34 з.е.			
*В т.ч. в интер. форме	(13 час.*)			

Новосибирск 2023

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования, уровень высшего образования – магистратура, направление подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности – Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 964 от 22.09.2017.

2. Базовый учебный план. Направление: 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности.

3. Основная профессиональная образовательная программа. Направление: 29.04.01 «Технология изделий легкой промышленности», программа магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства».

4. Основная профессиональная образовательная программа. Направление: 29.04.01 «Технология изделий легкой промышленности», программа магистратуры «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви».

5. Рабочий учебный план. Направление: 29.04.01 «Технология изделий легкой промышленности» (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства», набор 2023г. (очная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

6. Рабочий учебный план. Направление: 29.04.01 «Технология изделий легкой промышленности» (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви», набор 2023г. (очная форма обучения). – Новосибирск: Новосибирский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)». Утверждено Ученым советом НТИ (филиал) РГУ им.А.Н.Косыгина.

Разработчик:
канд. экон. наук, доц. _____ О.А. Сапрыкина

Рецензент:
канд. экон. наук, доц. _____ Н.И. Воронина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 1 от «29» августа 2023 г.).

Зав. кафедрой ЭиУ
канд. экон. наук, доц. _____ О.А. Сапрыкина

Декан ФТиД
канд.техн.наук _____ Т.О. Бунькова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Аннотация (паспорт процесса) 4
2 Место дисциплины в структуре опоп магистратуры 6
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины 7
4 Структура и содержание учебной дисциплины 10
5 Образовательные технологии 12
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 13
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) 16
8 Условия реализации программы дисциплины 19
9 Учебно-методическая карта дисциплины 20
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2023/2024 учебный год 21
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 2026/2027 учебный год 22
Приложение А. 23

1 АННОТАЦИЯ (ПАСПОРТ ПРОЦЕССА)

<table>
<tr><td>Обозначение документа</td><td>Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011</td><td>Наименование процесса</td></tr>
<tr><td>Б1.О.06</td><td>7.3 и 7.5</td><td>Преподавание дисциплины «Бренд-дизайн»</td></tr>
<tr><td colspan="2">Определение процесса:
процесс преподавания дисциплины «Бренд-дизайн» для обучающихся очной формы обучения направление подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности, программы магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства», «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви» ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</td><td>Цель процесса:
выполнение требований ФГОС ВО и формирование теоретических знаний и практических умений и навыков в области бренд-дизайна для решения профессиональных задач по управлению брендом товара (услуги, предприятия в целом) на базе бизнес-стратегии с целью повышения эффективности деятельности</td></tr>
<tr><td colspan="2">Владелец процесса:
кафедра Экономики и управления</td><td>Ответственный руководитель процесса:
доц., канд.экон.наук Сапрыкина О.А.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Входы процесса:
Студенты и знания, полученные студентами при изучении следующих дисциплин:
–учебная (технологическая (конструкторско-технологическая)) практика;
–учебная практика (научно-исследовательская работа (получение первичных навыков НИР))</td><td>Выходы процесса:
Перечень частных компетенций (в виде знаний, умений и навыков), полученных в ходе освоения разделов и тем дисциплины в рамках общих компетенций:
знать:
– этапы жизненного цикла проекта в сфере бренд-дизайна;
– этапы разработки и реализации проекта в сфере бренд-дизайна;
– методы разработки и управления проектами в сфере бренд-дизайна
– методы сравнительного анализа и оценки проекта в сфере бренд-дизайна в целях конструирования изделий легкой промышленности;
– на основе анализа брендов способы прогнозирования потребности рынков в продукции легкой промышленности
уметь:
– разрабатывать проект в сфере бренд-дизайна с учетом анализа альтернативных вариантов его реализации, определять целевые этапы, основные направления работы;
– объяснить цели и сформулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта в сфере бренд-дизайна;
– управлять проектом в сфере бренд-дизайна на всех этапах его жизненного цикла;
– на основе знаний в сфере бренд-дизайна</td></tr>
</table>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.О.06	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Бренд-дизайн»

	сравнивать выбирать патентные, научно-технические источники и модели-аналоги, для разработки требований, используемых на разных стадиях конструирования изделий легкой промышленности; – на основе знаний в сфере бренд-дизайна предлагать мероприятия по улучшению потребительских свойств и качества изделий легкой промышленности; *владеть*: – методиками разработки и управления проектом в сфере бренд-дизайна; – методами оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта в сфере бренд-дизайна; – навыками сравнительной оценки эстетического и технического уровня изделий легкой промышленности на различных стадиях конструирования на основе анализа проектов в сфере бренд-дизайна; – способом анализа эффективности мероприятий по улучшению потребительских свойств и качества изделий легкой промышленности, в том числе одежды, обуви, кожгалантереи и аксессуаров, изделий из кожи и меха
Требования к входам процесса: Соответствие требованиям ФГОС ВО, компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины: –способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1); –способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2); –способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4); –способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5); –готов ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в формах отчетов, рефератов, публикаций и на публичных обсуждениях (ПК-1);	Требования к выходам процесса: Перечень компетенций, освоенных в ходе изучения дисциплин (в соответствии с ФГОС ВО): –способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2); –Способен анализировать получаемую производственную информацию, обобщать, систематизировать результаты производственных работ с использованием современной техники и технологии (ОПК-6)

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.О.06	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Бренд-дизайн»
–готов проводить анализ состояния и динамики показателей качества материалов и изделий легкой промышленности с использованием необходимых методов и средств исследований, обосновывать принятие конкретного технического решения при разработке технологических процессов и изделий легкой промышленности (ПК-6)		
Поставщики процесса: Кафедры, участвующие в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины: 1. Кафедра Технологии и конструирования швейных изделий; 2. Кафедра Технологии и конструирования изделий из кожи и упаковочного производства	Потребители процесса: Обучающиеся 2 курса очной формы обучения магистратуры и их будущие работодатели	
Управляющие воздействия: ФГОС ВО, рабочий учебный план, рабочая программа по дисциплине, порядок проведения итоговой аттестации по дисциплине (экзамен)	Основные ресурсы: 3 з.е (144 часа): Лекции – 6 часов; практические занятия – 24 часа; самостоятельная работа – 24 часа; контактная работа – 84 часа. Аудиторный фонд; информационно-библиотечные ресурсы	
Контролируемые параметры процесса: участие в аудиторной работе, выполнение практических работ, выполнение индивидуального задания, тестирование, самостоятельная работа	Методы измерения параметров процесса: Рейтинговая шкала 100 баллов	
Показатели результативности: выполнение запланированных мероприятий в срок; рейтинг, обеспечивающий допуск к экзамену	Периодичность оценки: непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершении изучения дисциплины	

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП МАГИСТРАТУРЫ

Дисциплина Б1.О.06 «Бренд-дизайн» входит в Блок 1 «Дисциплины (модули)», в обязательную часть.

Таблица 2.1 - Принципы построения дисциплины

Принцип(особенность)	Содержание
1	2
Ядро дисциплины	Базовая часть дисциплины: 1. Основы брендинга и бренд-дизайна 2. Бренд-дизайн и потребитель 3. Основы бренд-менеджмента
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Брендинг. Дизайн-взрыв. Развитие дизайна. Уникальное торговое предложение. Дизайн и потребитель. Дизайн-мышление. Управление проектами.

Принцип(особенность)	Содержание
1	2
	Концепции бренд-менеджмента STP: сегментирование, таргетирование, позиционирование
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: – Государственная итоговая аттестация (Выполнение и защита выпускной квалификационной работы)
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит: Практические работы на тему: 1.Выполнение проекта «Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв» 2.Защита проекта «Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв» 3.Выполнение проекта «Личный бренд» 4.Защита проекта «Личный бренд» 5.Выполнение проекта «Коммуникационные решения в бренд-менеджменте» 6.Защита проекта «Коммуникационные решения в бренд-менеджменте»
Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения	Возможность работать в своем темпе; подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности
Описание основных “точек” контроля	Рейтинговая шкала 100 баллов, экзамен
Дисциплина и современные информационные технологии	Текстовый редактор Word, электронные таблицы ***Excel,*** графический редактор Point и другие – как средство оформления документации.

3 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАЗОВАНИЯ И КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Бренд-дизайн» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	***ИД-1у$_{К-2}$*** – знать этапы жизненного цикла проекта в сфере бренд-дизайна; – знать этапы разработки и реализации проекта в сфере бренд-дизайна; – знать методы разработки и управления проектами в сфере бренд-дизайна ***ИД-2у$_{К-2}$*** – уметь разрабатывать проект в сфере бренд-дизайна с учетом анализа альтернативных вариантов его реализации, определять целевые этапы, основные направления работы; – уметь объяснить цели и сформулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта в сфере бренд-дизайна; – уметь управлять проектом в сфере бренд-дизайна на всех этапах его жизненного цикла ***ИД-З$_{уК-2}$*** – владеть методиками разработки и управления проектом в сфере бренд-дизайна; – владеть методами оценки потребности в ресурсах и эффективности проекта в сфере бренд-дизайна	Текущий контроль: –устный опрос; –защита практических заданий; –защита индивидуальных заданий; –тестирование; –экзамен
Совершенствование технологических процессов	ОПК-6	Способен анализировать получаемую производственную информацию, обобщать, систематизиро-	***ИД-1$_{ОПК-6}$*** **Знать:** – основные этапы изготовления изделий легкой промыш-	Текущий контроль: –устный опрос;

После изучения дисциплины обучающийся будет:				
Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	*Коды компетенции*	Результаты освоения ОПОП *Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	*2*	3	4	5
		вать результаты производственных работ с использованием современной техники и технологии	ленности для целей технологического предпринимательства; – виды технологических процессов и оборудования производства изделий легкой промышленности для целей технологического предпринимательства; – методы сбора и обработки научно-технической информации; методы по систематизации и обобщению информации для целей технологического предпринимательства. ***ИД-2$_{ОПК-6}$*** **Уметь:** – сравнивать и сопоставлять производственную информацию для целей технологического предпринимательства; – анализировать технологические процессы и технические характеристики оборудования с позиции технологического предпринимательства; – обобщать и систематизировать результаты производственных работ с использованием современной техники и технологии с позиции технологического предпринимательства. ***ИД-3$_{ОПК-6}$*** **Владеть:** – навыками анализировать производственную информацию для дальнейшего использования с позиции технологического предпринимательства; – методами обобщения и систематизации результатов производственных работ с позиции технологического предпринимательства с использованием современной техники и технологии.	–защита практических заданий; –защита индивидуальных заданий; –тестирование; –экзамен

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 4.1 – Объем дисциплины и виды учебной работы

(выписка из рабочего учебного плана)

Форма контроля, семестр		Трудоемкость								Вид уч. занят.	Распределение по курсам и семестрам	
		в часах						в ЗЕ			2 курс	
		с преподавателями				СРС	К	Всего			3 сем.	4 сем.
экз.	зач.	аудиторные занятия			В т.ч. контактная работа							
		ЛК	ПЗ	ЛБ								
1	*2*	3	4	5	6	*7*	*8*	9		10	11	12
3	-	6	24	-	84	24	36	144	4	ЛК	6	–
										ПЗ	24	–
										ЛБ	-	–

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Вид учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, трудоемкость						Формы текущего контроля успеваемости
			в часах					в з.е	
			ЛК	ЛБ	ПЗ	Контактная работа	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Основы брендинга и бренд-дизайна	3	2	-	8	28	8	1,00	устный опрос; защита практических работ; защита индивидуальных заданий; тестирование
	Бренд-дизайн и потребитель	3	2	-	8	28	8	1,00	
2	Основы бренд-менеджмента	3	2	-	8	28	8	1,00	
3	Контроль	3	36					1,00	Итоговый контроль – экзамен
4	Итого		6	-	24	84	24	4,00	

4.3 Содержание разделов учебной дисциплины по видам занятий

4.3.1 Лекционные занятия

Таблица 4.3.1 – Характеристика лекционных учебных занятий и самостоятельной работы

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
1	Основы брендинга и бренд-дизайна	ЛК-1	Брендинг. Дизайн-взрыв. Развитие дизайна	2	УК-2 ОПК-6

№ раздела	Наименование раздела дисциплины, используемые образовательные технологии, интерактивные методы)	Содержание раздела			
		№ темы	Наименование темы, дидактика	Объем, час	Ссылки на компетенции
1	2	3	4	5	6
	Самостоятельная работа	СИ-1	Отличительные характеристики понятий: «торговый знак», «торговая марка», «бренд», «продукт»	4	УК-2 ОПК-6
		СИ-2	Архетипы в брендинге. Социологические и психологические основания управления брендом	4	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ		
	Контактная работа	КАТТ	Контроль за текущей аттестацией	1,5	УК-2 ОПК-6
		КСР	Контроль самостоятельной работы	16	
		Конс	Консультации	0,5	
		ИТОГО:		18	
Итого по разделу 1				∑2/8/18	
2	Бренд-дизайн и потребитель	ЛК-2	Уникальное торговое предложение. Дизайн и потребитель. Дизайн-мышление. Управление проектами	2	УК-2 ОПК-6
	Самостоятельная работа	СИ-3	Маркетинговый подход к пониманию бренда	4	
		СИ-4	Системы интегрированных маркетинговых коммуникаций	4	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ, тестирование		
	Контактная работа	КАТ	Контроль за текущей аттестацией	1,5	УК-2 ОПК-6
		КСР	Контроль самостоятельной работы	16	
		Конс	Консультации	0,5	
		ИТОГО:		18	
Итого по разделу 2				∑2/8/18	
3	Основы бренд-менеджмента	ЛК-3	Концепции бренд-менеджмента STP: сегментирование, таргетирование, позиционирование.	2	УК-2 ОПК-6
	Самостоятельная работа	СИ-5	Менеджерский подход к пониманию бренда. Пять сил М.Портера.	4	
		СИ-6	Стандартные и нестандартные способы продвижения бренда	4	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ, тестирование		
	Контактная работа	КАТ	Контроль за текущей аттестацией	1	УК-2 ОПК-6
		КСР	Контроль самостоятельной работы	16	
		Конс	Консультации	1	
		ИТОГО:		18	
Итого по разделу 2				∑2/8/18	
Итого по дисциплине				∑6/24/54	
Итоговый контроль - экзамен				36	
*В интерактивной форме обучения				3	

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Тема дисциплины	Объем часов	Содержание
Семестр 3				
УК-2 ОПК-6	ПЗ-1	Выполнение проекта «Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв»	4	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление глоссария по теме; – контрольные вопросы
УК-2 ОПК-6	ПЗ-2	Защита проекта «Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв»	4	Защита индивидуальных заданий (рефераты, доклады (с электронной презентацией) для выступления на ПЗ, ответы на вопросы
УК-2 ОПК-6	ПЗ-3	Выполнение проекта «Личный бренд»	4	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – выполнение заданий; – контрольные вопросы
УК-2 ОПК-6	ПЗ-4	Защита проекта «Личный бренд»	4	– Защита индивидуальных заданий (рефераты, доклады (с электронной презентацией) для выступления на ПЗ, ответы на вопросы
УК-2 ОПК-6	ПЗ-5	Выполнение проекта «Коммуникационные решения в бренд-менеджменте»	4	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – выполнение заданий; – контрольные вопросы
УК-2 ОПК-6	ПЗ-6	Защита проекта «Коммуникационные решения в бренд-менеджменте»	4	Защита индивидуальных заданий (рефераты, доклады (с электронной презентацией) для выступления на ПЗ, ответы на вопросы
Итого по *семестру*			**∑24**	
Итого по дисциплине			**∑24**	
Итого интерактивные формы обучения			**∑10***	

4.3.3 Лабораторные работы – не предусмотрены.

4.3.4 Курсовая работа (курсовой проект) не предусмотрена.

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности магистров для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций (таблица 5.1).

Таблица 5.1 – Интерактивные образовательные технологии

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
1	2	3	4
Дискуссия	х		

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
1	2	3	4
IT-методы		х	х
Командная работа			х
Опережающая СРС			х
Проблемное обучение			х
Разбор конкретных ситуаций	х	х	
Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты		х	х

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы:

– теоретический материал дисциплины изучается на лекциях с использованием мультимедиа;

– самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной учебной и научной литературы;

– закрепление теоретического материала при выполнении практических работ с использованием IT-технологий, выполнение проблемно-ориентированных, творческих заданий.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с ФГОС ВО выпускник по направлению подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности, программы магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства», «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви» квалификации «магистр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями, представленными в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Бренд-дизайн»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
УК-2	Универсальные	способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, проявлять творческую инициативу	ЛК ПЗ СРС	устный опрос; защита практических заданий; защита индивидуальных заданий; тестирование; экзамен
ОПК-6	Общепрофессиональные	Способен анализировать получаемую производственную информацию, обобщать, систематизи-	ЛК ПЗ СРС	

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
		ровать результаты производственных работ с использованием современной техники и технологии		

Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.2 – Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Тема дисциплины курса	Форма контроля
1	2	3	4
1	Изучение учебно-методической и научно-методической литературы	1-2	Устный опрос
2	Выполнение и подготовка к защите практических работ	1-2	Устный опрос, защита практических работ
3	Выполнение и подготовка к защите индивидуальных заданий	1-2	Устный опрос, защита индивидуального задания
4	Подготовка к тестированию	1-2	Тестирование

На самостоятельную работу выделяется 24 часа.

6.1 Формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических заданий;

К-3 Защита индивидуальных заданий;

К-4 Тестирование;

К-5 Экзамен по дисциплине, включающий в себя весь лекционный курс и вопросы для самостоятельного изучения.

Для оценки качества учебной деятельности обучающихся применяется балльно-рейтинговая система (БРС). Оценка по дисциплине за семестр равна сумме баллов за работу в семестре (0-60) и числа баллов, полученных на экзамене (0-40). Максимальный рейтинг, который обучающийся может получить за семестр 100 баллов. Максимальный балл проставляется за качественное и своевременное выполнение работ и требований к ним по всем видам деятельности обучающихся.

Баллы за работу в семестре включают в себя:

Баллы за работу на лекции: присутствие на лекции; введение конспекта.

Баллы за практические занятия: присутствие на занятии; ритмичность работы; оформление отчета; защита отчета.

Баллы за индивидуальное задание: реферат – это учебно-исследовательская работа студента, направленная на углубленное изучение им определенной темы. Реферат, не соответствующий требованиям, не оценивается, такой реферат возвращается студенту на доработку. Защита рефератов открытая, за углубленную проработку отдельных вопросов реферата, выполнение презентации, студент может получить дополнительные баллы.

При сдаче рефератов позже установленного срока баллы снижаются.

Баллы за самостоятельную и дополнительную работу: оценивается самостоятельное изучение обучающимся модулей курса. Самостоятельная работа может быть выполнена в виде сообщения, структурно-логической схемы, таблицы, конспекта. Обучающийся может получить дополнительные баллы, если выполнял творческую работу (презентации, наглядные образцы и др.).

Итоговая аттестация: изучение курса завершается экзаменом. К экзамену допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 40 и более баллов. Экзамен проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за экзамен – 10, максимальное – 40. Обучающийся, набравший за семестр менее 40 баллов, к экзамену не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А1, А.2).

6.2 Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Бренд-дизайн».

6.2.1 Вопросы к экзамену

1. Понятие бренда и брендинга организации.
2. Дизайн-взрыв: понятие и сущность.
3. Основные этапы развития дизайна
4. Правовая защита бренда.
5. Отличительные характеристики понятий: «торговый знак», «торговая марка», «бренд», «продукт».
6. Архетипы в брендинге.
7. Социологические основания управления брендом
8. Психологические основания управления брендом
9. Уникальное торговое предложение: понятие и сущность.
10. Дизайн и потребитель: взаимодействие.
11. Дизайн-мышление: понятие и сущность.
12. Маркетинговый подход к пониманию бренда
13. Системы интегрированных маркетинговых коммуникаций
14. Маркетинговая характеристика понятия «бренд».
15. Концепции бренд-менеджмента STP: сегментирование, таргетирование, позиционирование.
16. Менеджерский подход к пониманию бренда.
17. Пять сил М.Портера: сущность и порядок проведения экспресс-анализа.
18. Нестандартные способы продвижения бренда.
19. Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
20. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций.
21. Продвижение бренда в социальных сетях
22. Нестандартные способы продвижения бренда.

23. Эффективность бренда и брендинга.

24. Оценка эффективности интегрированных коммуникаций продвижения бренда.

6.2.3 Образец экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ **НОВОСИБИРСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)** ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ **«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»** (НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина)	ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 01 По дисциплине: Бренд-дизайн Курс 2, семестр 3 Направление: 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности Программы магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства» «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви» Факультет: ТиД

1. Концепции бренд-менеджмента STP: сегментирование, таргетирование, позиционирование.
2. Пять сил М.Портера: сущность и порядок проведения экспресс-анализа.
3. Создание бренда по архитипу «Творец».

Составил: доц.,канд.экон.наук Сапрыкина О.А.
Утвердил: декан ФТиД Бунькова Т.О.
Утв. кафедрой ЭиУ, прот.№1 от 29.08.2023

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Бренд-дизайн» представлена в таблице 7.1

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения заданий по дисциплине «Бренд-дизайн» обучающиеся используют:

– программное обеспечение: Windows 10 Pro, MS Office 2019; LibreOffice; Microsoft SQLServer2017 Developer Edition;

– российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования eLIBRARY;

– профессиональные базы данных, информационные справочные системы:

– некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов». – URL: https://www.marketologi.ru/.

Таблица 7.1 – Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе направления подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности учебной и учебно-методической литературой

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров	Количество экземпляров литературы на одного обучающегося
1	2	3	4	5
Б1.О.06	Бренд-дизайн	*Основная литература:* Б-1 Музыкант, В.Л. Брендинг. Управление брендом: учебное пособие / В.Л. Музыкант – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2021. – 316 с. - URL: https://znanium.com/read?id=372857 .	100%	
		Б-2 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 322 с. URL: https://znanium.com/read?id=431490	100%	
		Б-3 Кузьмина, О.Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие / О.Г. Кузьмина. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 176 с. – URL: https://znanium.com/read?id=357091	100%	
		Дополнительная литература: Б-4 Зотов, В.В. Маркетинг в индустрии моды: Учебное пособие / В.В. Зотов, Попел А.Е. - Москва: МГУДТ. - 222 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/	100%	
		Б-5 Дмитриева, Л.М. Бренд в современной культуре: монография / Л.М. Дмитриева. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2021. – 200 с. - URL: https://znanium.com/read?id=371925	100%	
		Б-6 Старов, С.А. Управление брендами: учебник / С.А. Старов. - 4-е изд., перераб. - Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. - 557 с. - URL: https://znanium.com/read?id=386422.	100%	
		Б-7 Кривошеева, О.Н. Воспроизведение невизуальных источников дизайна: учебное пособие / О.Н. Кривошеева. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 48 с. - URL: https://znanium.com/read?id=352303	100%	
		Б-8 Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 270	100%	

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы	Количество экземпляров	Количество экземпляров литературы на одного обучающегося
1	2	3	4	5
Б1.О.06	Бренд-дизайн	с. - URL: https://znanium.com/read?id=358568 . Б-9 Миллер, Д. Метод StoryBrand: расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились: научно-популярное издание / Д. Миллер. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 232 с. - URL: https://znanium.com/read?id=368711. *Учебно-методическая литература:* М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Бренд-дизайн». – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2022. – _____ с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Бренд-дизайн». – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2022. – 21 с. - URL: https://moodle.ntirgu.ru *Интернет-ресурсы:* 1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. Официальный сайт. – URL: https://www.elibrary.ru/ 2. Журнал «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне». Официальный сайт. – URL: https://www.brand-management.ru/ 3. Некоммерческое сообщество «Гильдия маркетологов». Официальный сайт. – URL: https://www.marketologi.ru/	100% 100% 100%	

Заведующая библиотекой _____Русских Н.И.

личная подпись

8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

- Лекции:

✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

- Практические работы

✓ аудитория, оснащенная презентационной техникой: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представляется в виде таблицы (табл.8.1).

Таблица 8.1 – Обеспечение образовательного процесса по программе оборудованными учебными кабинетами, объектами для проведения практических занятий

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
Б1.О.06	Бренд-дизайн	Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук. Практические занятия: Ауд. 504 - Учебная для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (Ассортиментный кабинет): Аудиторная мебель – столы 12шт., стулья 14 шт., шкаф 3шт, стол преподавателя, доска аудиторная. Ноутбук с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине. Ауд. 214 - Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации (компьютерный класс): Аудиторная мебель - компьютерные столы 11 шт., столы 3 шт., стулья 15 шт., компьютер в комплекте - 11 шт. с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет; стол преподавателя,	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

№ п/п	Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения лабораторных/практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
1	2	3	4
Б1.О.06	Бренд-дизайн	доска аудиторная для писания мелом. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор). Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.	Новосибирск, Красный проспект, 35 НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина

9 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

3 семестр

№ нед.	Номер темы учебных занятий			Используемые учебно-методические материалы	Самостоятельная работа студентов (СРС)	Форма контроля
	ЛК	ПЗ	ЛБ			
1	2	3	4	5	6	7
1	ЛК-1	ПЗ-1 (2ч)	–	Б-1 – Б-9, М-1 – М-2	СИ-1 – СИ-2	БРС
2	–	ПЗ-1 (2 ч), ПЗ-2	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-2	БРС
3	ЛК-2	ПЗ-3 (2 ч)	–	Б-1 – Б-9, М-1 – М-2	СИ-3 – СИ-4	БРС
4	–	ПЗ-3 (2 ч), ПЗ-4	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-3 – СИ-4	БРС
5	ЛК-3	ПЗ-5 (2 ч)	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-5 – СИ-6	БРС
6	–	ПЗ-5 (2 ч), ПЗ-2	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-5 – СИ-6	БРС
7	–	–	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-8	БРС
8	–	–	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-8	БРС
9	–	–	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-8	БРС
10	–	–	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-8	БРС
11	–	–	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-8	БРС
12	–	–	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-8	БРС
13	–	–	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-8	БРС
14	–	–	–	Б-1 – Б-9, М-1, М-2	СИ-1 – СИ-8	БРС

10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2023/2024 УЧЕБНЫЙ ГОД

Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную	Кафедра	Предложения об изменениях в раб. программу и подпись зав. кафедрой	Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой
Государственная итоговая аттестация (выполнение и защита выпускной квалификационной работы)	ТКИКиУП		
	ТКШИ		

Декан ФТиД_____Т.О. Бунькова_____29.08.2023г.

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 2026/2027 УЧЕБНЫЙ ГОД

С учётом развития науки, техники и социальной сферы в рабочую программу «Бренд-дизайн» для направления подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности (2025 год набора), вносятся следующие изменения:

Основная литература:

Б-1 Музыкант, В.Л. Брендинг. Управление брендом: учебное пособие / В.Л. Музыкант – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2026. – 316 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=488043

Б-2 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 322 с. URL: https://znanium.com/read?id=431490

Б-3 Кузьмина, О.Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие / О.Г. Кузьмина. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2025. – 176 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=453206

Дополнительная литература:

Б-4 Зотов, В.В. Маркетинг в индустрии моды: Учебное пособие / В.В. Зотов, Попел А.Е. - Москва: МГУДТ. 2018. - 222 с. URL: https://znanium.ru/read?id=309515

Б-5 Дмитриева, Л.М. Бренд в современной культуре: монография / Л.М. Дмитриева. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2025. – 200 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=463580

Б-6 Старов, С.А. Управление брендами: учебник / С.А. Старов. - 4-е изд., перераб. - Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2021. - 557 с. - URL: https://znanium.com/read?id=386422

Б-7 Дмитриева, Л.М. Дизайн в культурном пространстве: Учебное пособие / Дмитриева Л.М., Балюта П.А. - Москва: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2026. - 152 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=467642

Б-8 Хоффман, Г. Создавая эмоции: Уроки креативности и дизайна впечатлений от экс-директора по маркетингу Nike: научно-популярное издание / Г. Хоффман. - Москва: Альпина Паблишер, 2026. - 336 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=474226

Б-9 Миллер, Д. Метод StoryBrand: расскажите о своем бренде так, чтобы в него влюбились: научно-популярное издание / Д. Миллер. - Москва: Альпина Паблишер, 2026. - 232 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=473587

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (Протокол № 1 от «29» августа 2026 г.).

Заведующий кафедрой _____ О.А. Сапрыкина _____ 29.08.2026
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой _____ Н.И. Русских _____ 29.08.2026
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

Декан ФТиД _____ Т.О. Бунькова _____ 29.08.2026
личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 - Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Бренд-дизайн», 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности, программы магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства», «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви»

очная форма обучения
2 курс, 3 семестр)

Вид контроля	Баллы	ДМ-1					ДМ-2				РР	ДМ-3				ДМ-4					РР	Всего
		ТР (неделя)									Итого	ТР (неделя)									Итого	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Посещаемость лк	2,0	*		*		*																6,0
Конспекты лекций	3,0			*																		3,0
Посещаемость пз	1,0	*	*	*	*	*	*															6,0
Ритмичность (пз)	1,0	*	*	*	*	*	*															6,0
Оформление отчета по пз	2,0	*	*	*	*	*	*															12,0
Защита отчета по пз	2,0	*	*	*	*	*	*															12,0
Защита индивидуального задания	2,0			*			*															4,0
Самостоятельная работа	5,0						*															5,0
Тестирование	6,0						*															6,0
Рейтинг по дисциплине (промежуточный)																						60,0
Экзамен																						40,0
Рейтинг по дисциплине (итоговый)																						100,0

Примечание: ДМ-дисциплинарный модуль; ТР-текущий рейтинг; РР-рубежный рейтинг; ПР-промежуточный рейтинг

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Зав. кафедрой ЭиУ: _____ /О.А. Сапрыкина/

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Бренд-дизайн»
студента гр. _____

(курс 2, семестр 3)

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка											
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		Защита ПЗ		Защита ИЗ		СР / тест	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	ЛК-1	2	Брендинг. Дизайн-взрыв. Развитие дизайна	2,0		-		-		-		-		-	
3	ЛК-2	2	Уникальное торговое предложение. Дизайн и потребитель. Дизайн-мышление. Управление проектами	2,0											
5	ЛК-3	2	Концепции бренд-менеджмента STP: сегментирование, таргетирование, позиционирование	2,0				3,0							
1	ПЗ-1	4	Выполнение проекта «Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв»	1,0		1,0		2,0		2,0		-		-	
2	ПЗ-2	4	Защита проекта «Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв»	1,0		1,0		2,0		2,0		-		-	
3	ПЗ-3	4	Выполнение проекта «Личный бренд»	1,0		1,0		2,0		2,0		2,0		-	
4	ПЗ-4	4	Защита проекта «Личный бренд»	1,0		1,0		2,0		2,0		-		-	
5	ПЗ-5	4	Выполнение проекта «Коммуникационные решения в бренд-менеджменте»	1,0		1,0		2,0		2,0		-		-	
6	ПЗ-6	4	Защита проекта «Коммуникационные решения в бренд-менеджменте»	1,0		1,0		2,0		2,0		2,0		5,0 / 6,0	
Итого:		30	Всего:	12,0		6,0		15,0		12,0		4,0		11,0	
			Дополнительный рейтинг:	10											
			Максимальный балл к экзамену:	10,0+6,0+17,0+12,0+4,0+11,0= 60											

Нед.	№ ЛК, ПЗ	Час	Тема лекции, практической работы	Рейтинговая оценка											
				посещаемость		ритмичность		отчёт/ конспект		Защита ПЗ		Защита ИЗ		СР / тест	
				план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
			Минимальный балл к экзамену:	40											

Примечание:
Посещаемость лекций – 2,0 балла;
Посещение практических занятий – 1,0 балл;
Проверка наличия конспектов лекций (неделя 8) – 3,0 баллов;
Выполнение практического задания в срок (ритмичность) – 1,0 балл, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,5 балла;
Составление отчёта о выполнении практического занятия – 2,0 балла;
Защита отчёта о выполнении практического занятия – 2,0 балла;
Контроль выполнения самостоятельной работы – 5,0 баллов;
Выполнение и защита индивидуального задания – 2,0 балла;
Тестирование – 6 баллов;
Дополнительные виды работ – 10 баллов;
Минимальный балл для допуска к экзамену – 40 баллов.

Итого:	Балл:	Оценка:

Преподаватель _____

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Бренд-дизайн»
основных профессиональных образовательных программ
НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности, программы магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства», «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности, программы магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства», «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви» дисциплина изучается в рамках подготовки магистратуры – Блок 1.Дисциплины (модули), обязательная часть.

Разработчик рабочей программы дисциплины (РПД) – доцент кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А.

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
1	Цели изучения дисциплины	Да
2	Цели соотнесены с общими целями основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), в том числе: - имеют междисциплинарный характер, - связаны с задачами воспитания.	Да
3	Прописана связь дисциплины с другими дисциплинами рабочего учебного плана по ОПОП	Да
4	Прописан вклад дисциплины при формировании компетенций (УК-2, ОПК-6): - по ФГОС ВО по направлению(ям), -по ОПОП	Да
5	При формировании требований к результатам обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть) учтены результаты обучения, приведённые во ФГОС ВО по направлению(ям)	Да
6	Содержание дисциплины структурировано по видам учебных занятий с указанием их объёмов	Да
7	Расчёт времени в программе соответствует объёму часов, отведённое на изучение дисциплины по учебному плану	Да
8	Представлен тематический план лекций и практических (лабораторных, семинарских) занятий	Да
9	Отражены современные достижения науки применительно к конкретной дисциплине	Да
10	Указано учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе: - перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов; - методические рекомендации (материалы) преподавателю; - методические рекомендации студентам.	Да
11	Указаны формы текущего, промежуточного и итогового контроля	Да
12	В приложении к программе приведены фонды оценочных материа-	Да

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
	лов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий; комплект экзаменационных билетов	
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да
14	Выявленные недостатки/замечания/рекомендации рецензента: (необходимость сокращения, дополнения или переработки отдельных частей текста рукописи)	Нет
15	К процессу разработки и актуализации РПД и учебно-методических материалов дисциплины привлекаются работодатели, ориентированные на выпускников программы: участие в разработке содержания программы, предоставление исходных материалов для анализа, расчётных программ, фильтров и прочее	Нет

РПД «Бренд-дизайн» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основных профессиональных образовательных программ НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 29.04.01 Технология изделий легкой промышленности, программы магистратуры «Теоретические основы проектирования и изготовления швейных изделий в условиях гибкого бережливого производства», «Повышение технологических свойств деталей и эксплуатационных характеристик обуви» в представленном виде.

Рецензент:
канд.экон.наук, доц. кафедры ЭиУ Н.И. Воронина