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./
«____»_____2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ БРЕНДИНГ И МЕРЧЕНДАЙЗИНГ В ДИЗАЙНЕ

Направление подготовки: 54.04.01 Дизайн
Программа магистратуры: Дизайн костюма и аксессуаров
Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: заочная

факультет Технологии и дизайна
кафедра: Экономики и управления

курс, семестр	2 курс, 3 семестр			
Лекции	2 час/0,05з.е	(2 час.*)	Экзамен	3 семестр
Практические занятия	6 час./0,17 з.е	(6 час.*)	Зачет	-
Лабораторные занятия	- час./- з.е.			
Контроль	9 час./0,25 з.е			
Самостоятельная работа	88 час./2,44 з.е			
Всего	108 час./3,00 з.е			
В т.ч. контактная работа	11 час. /0,3 з.е.			
*В т.ч. в интер. форме	(8 час.*)			

Новосибирск 2024

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования, уровень высшего образования – магистратура, направление подготовки 54.04.01 Дизайн – Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13.08.2020 № 1004.

2. Базовый учебный план. Направление: 54.04.01 Дизайн.

3. Общая профессиональная образовательная программа. Направление: 54.04.01 Дизайн, программа магистратуры «Дизайн костюма и аксессуаров».

4. Рабочий учебный план. Направление подготовки: 54.04.01 Дизайн (квалификация «магистр»). Программа магистратуры «54.04.01 Дизайн», набор 2024 г. (заочная 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 2024 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 5
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины 6
4 Структура и содержание учебной дисциплины 8
5 Образовательные технологии 10
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 11
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля) 14
8 Условия реализации программы дисциплины 17
9 Учебно-методическая карта дисциплины 18
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2024/2025 учебный год 19
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 2026/2027 учебный год 20
Приложение А 21

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 «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне»</td></tr>
<tr><td colspan="2">Определение процесса:
процесс преподавания дисциплины «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне» для обучающихся заочной формы обучения направление подготовки 54.04.01 Дизайн, программа магистратуры «Дизайн костюма и аксессуаров», 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 брендинга и мерчендайзинга в дизайне костюма и аксессуара 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:
– Современные проблемы дизайна;
– Методы создания и продвижения промышленных коллекций</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:
– современные методы брендинга и мерчендайзинга с целью организации художественных выставок, конкурсов, фестивалей, инновационные художественно-творческие мероприятий, презентаций, инсталляций с целью продвижения бренда и привлечения клиентов.
уметь:
– применять современные методы брендинга и мерчендайзинга для организации, проведения и участия в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разработки и реализации инновационных художественно-творческих мероприятий, презентаций, инсталляций, проявления творческой инициативы с целью продвижения бренда и привлечения клиентов.
владеть:
– технологиями брендинга и мерчендайзинга для организации, проведения и участия в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; навыком разработки и реализации инновационных художественно-творческих мероприятий, презентаций, инсталляций с целью продвижения бренда и привлечения клиентов</td></tr>
<tr><td colspan="2">Требования к входам процесса:
Соответствие требованиям ФГОС ВО, компетенции, необходимые для изучения данной дисциплины:
- Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2);</td><td>Требования к выходам процесса:
Перечень компетенций, освоенных в ходе изучения дисциплин (в соответствии с ФГОС ВО):
- способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выстав-</td></tr>
</table>

Обозначение документа	Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011	Наименование процесса
Б1.О.06	7.3 и 7.5	Преподавание дисциплины «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне»
- Способен разрабатывать концептуальную проектную идею; синтезировать набор возможных решений и научно обосновать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, среда, полиграфия, товары народного потребления); выдвигать и реализовывать креативные идеи (ОПК-3); - Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу (ОПК-4); - Способен разрабатывать методики проведения социологических исследований, анализировать и обобщать результаты научных исследований, проводить оценку полученной информации (ПК-1).		ках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу (ОПК-4).
Поставщики процесса: Кафедры, участвующие в преподавании дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины: 1. Кафедра Технологии и конструирования швейных изделий; 2. Кафедра Дизайна		Потребители процесса: Обучающиеся 2 курса заочной 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 (108 часа): Лекции – 2 часа; практические занятия – 6 часов; самостоятельная работа – 88 часов; контактная работа – 11 часа, контроль – 9 часов 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 «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне» 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. Брендинг 2. Технологии мерчендайзинга в дизайне
Основные понятия дисциплины (дидактические единицы)	Брендинг; бренд-взрыв; дизайн-взрыв; развитие бренд-дизайна мерчендайзинг в дизайне как совокупность проектных и коммуникационных решений
Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами)	Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную: – государственная итоговая аттестация (защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты)
Практическая направленность (практическая часть) дисциплины	Практическая часть дисциплины содержит: Практические работы на тему: – Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв; – Развитие брендинга и бренд-дизайна; – Защита индивидуального задания по разделу «Брендинг»; – Проектные решения в мерчендайзинге; – Коммуникационные решения в мерчендайзинге – Защита индивидуального задания по разделу «Технологии мерчендайзинга в дизайне»
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 «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне» 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
Тип задач профессиональной деятельности: организаторская	ОПК-4	Способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу	***ИД-1о$_{ПК-4}$*** – знать современные методы брендинга и мерчендайзинга с целью организации художественных выставок, конкурсов, фестивалей, инновационные художественно-творческие мероприятий, презентаций, инсталляций для продвижения бренда и привлечения клиентов. ***ИД-2$_{ПК-4}$*** – уметь применять современные методы брендинга и мерчендайзинга для организации, проведения и участия в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разработки и реализации инновационных художественно-творческих мероприятий, презентаций, инсталляций, проявления творческой инициативы с целью продвижения бренда и привлечения клиентов. ***ИД-3$_{ПК-1}$*** – владеть технологиями брендинга и мерчендайзинга для организации, проведения и участия в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; навыком разработки и реализации инновационных художественно-творческих мероприятий, презентаций, инсталляций с целью продвижения бренда и привлечения клиентов	Текущий контроль: –устный опрос; –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	-	2	6	-	11	88	9	108	3	ЛК	2	–
										ПЗ	6	–
										ЛБ	-	–

4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 3 зачетные единицы, 108 часов.

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	Брендинг	3	1	-	2	4,5	44	1,35	устный опрос;
2	Технологии мерчендайзинга в дизайне	3	1	-	4	6,5	44	1,40	защита практических работ; защита индивидуальных заданий тестирование
3	Контроль	3	9					0,25	Итоговый контроль –
4	Итого		2	-	6	11	88	3	экзамен

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	Брендинг	ЛК-1.1	Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв. Развитие бренд-дизайна	1	ОПК-4

№ 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»	10	ОПК-4 ОПК-4
		СИ-2	Архетипы в брендинге. Социологические и психологические основания управления брендом	10	ОПК-4
		СИ-3	Менеджерский и маркетинговый подходы к пониманию бренда	12	
		СИ-4	Системы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Нестандартные способы продвижения бренда	12	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ		
		КСР	Контроль самостоятельной работы	0,5	ОПК-4
		КОНС	Консультации	1	
		ИТОГО:		1,5	
Итого по разделу 1				∑1/44/1,5	
2	Технологии мерчендайзинга в дизайне	ЛК-2.1	Мерчендайзинг в дизайне как совокупность проектных и коммуникационных решений	1	ОПК-4
	Самостоятельная работа	СИ-5	Особенности выставочной деятельности в дизайне	10	
		СИ-6	Витринистика: понятие и роль в маркетинге	10	
		СИ-7	Искусство презентаций, инсталляций	12	
		СИ-8	Организация инновационных художественно-творческих мероприятий	12	
Промежуточный контроль			Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ, тестирование		
		КСР	Контроль самостоятельной работы	0,5	ОПК-4
		КОНС	Консультации	1	
		ИТОГО:		1,5	
Итого по разделу 2				∑1/44/1,5	
Итого по дисциплине				∑2/88/3	
Итоговый контроль - экзамен				9	
*В интерактивной форме обучения				2	

4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

Ссылки на компетенции	№ ПЗ	Тема дисциплины	Объем часов	Содержание
Семестр 3				
ОПК-4	ПЗ-1	Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв	1	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление глоссария по теме; – контрольные вопросы
ОПК-4	ПЗ-2	Развитие брендинга и бренд-дизайна	1	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – выполнение заданий; – контрольные вопросы
ОПК-4	ПЗ-3	Защита индивидуального задания по разделу «Брендинг»	1	Защита индивидуальных заданий (рефераты, доклады (с электронной презентацией) для выступления на ПЗ, ответы на вопросы
ОПК-4	ПЗ-4	Проектные решения в мерчендайзинге	1	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – составление глоссария; – контрольные вопросы
ОПК-4	ПЗ-5	Коммуникационные решения в мерчендайзинге	1	– дискуссия (обсуждение вопросов по теме ПЗ); – выполнение заданий; – контрольные вопросы
ОПК-4	ПЗ-6	Защита индивидуального задания по разделу «Технологии мерчендайзинга в дизайне»	1	Защита индивидуальных заданий (рефераты, доклады (с электронной презентацией) для выступления на ПЗ, ответы на вопросы
Итого по *семестру*			**∑6**	
Итого по дисциплине			**∑6**	
Итого интерактивные формы обучения			**∑6***	

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		
IT-методы		х	х
Командная работа			х
Опережающая СРС			х

Методы и формы активизации деятельности	Виды учебной деятельности		
	ЛК	ПЗ	СРС
1	2	3	4
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 заданий на практических занятиях 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 54.04.01 Дизайн, программа магистратуры «Дизайн костюма и аксессуаров» квалификации «магистр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями, представленными в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне»

Индекс	Наименование компетенции	Содержание компетенции	Технологии формирования	Форма оценочного средства
1	2	3	4	5
ОПК-4	Общепрофессиональные	способен организовывать, проводить и участвовать в художественных выставках, конкурсах, фестивалях; разрабатывать и реализовывать инновационные художественно-творческие мероприятия, презентации, инсталляции, проявлять творческую инициативу	ЛК ПЗ СРС	– устный опрос; – защита практических заданий; – защита индивидуальных заданий; – тестирование; – экзамен

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 88 часов.

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 «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне».

6.2.1 Вопросы к экзамену

1. Понятие бренда и брендинга организации.
2. Маркетинговая характеристика понятия «бренд».
3. Менеджерский подход к пониманию бренда.
4. Маркетинговый подход к пониманию бренда.
5. Правовая защита бренда.
6. Планирование и реализация брендбилдинга
7. Сущность брендбилдинга.
8. Социологические основания управления брендом.
9. Психологические основания управления брендом.
10. Внешний и внутренний брендинг.
11. Вербальные и визуальные коммуникации брендинга.
12. Источники управления капиталом бренда.
13. Осведомленность о бренде. Воспринимаемое качество.
14. Лояльность бренду. Ассоциации с брендом.
15. Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
16. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций.
17. Нестандартные способы продвижения бренда.
18. Продвижение бренда в социальных сетях
19. Эффективность бренда и брендинга.
20. Оценка эффективности интегрированных коммуникаций продвижения бренда.
21. Особенности организации художественных выставок, конкурсов, фестивалей.
22. Особенности организации инновационных художественно-творческих мероприятий.
23. Роль презентаций и инсталляций в продвижении бренда и привлечении клиентов.
24. Понятие, сущность и значение мерчендайзинга.
25. Цели и задачи мерчендайзинга.
26. Классификация мерчендайзинга.
27. Объекты мерчендайзинговых технологий.
28. Функции мерчендайзинговых технологий.
29. Участники мерчендайзинговой деятельности.
30. Психологические факторы формирования мерчендайзинга.

31. Подходы к определению мерчендайзинга.

32. Категорийный мерчендайзинг: понятие и сущность.

33. Проектные решения в мерчендайзинге.

34. Коммуникационные решения в мерчендайзинге.

35. Технологии мерчендайзинга в дизайне.

36. Мерчендайзинг в дизайне как совокупность проектных и коммуникационных решений.

37. Особенности выставочной деятельности в дизайне.

38. Витринистика: понятие и роль в маркетинге.

39. Искусство презентаций, инсталляций в дизайне.

40. Организация инновационных художественно-творческих мероприятий.

6.2.2 Образец экзаменационного билета

МИНИСТРЕСТВО 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: Брендинг и мерчендайзинг в дизайне
Курс 2, семестр 3
Направление: 54.04.01 Дизайн
Программа магистратуры: Дизайн костюма и аксессуаров
Факультет: ТиД

1. Внешний и внутренний брендинг.
2. Эффективность бренда и брендинга.
3. Рекламные и связи с общественностью средства укрепления бренда

Составил: доц.,канд.экон.наук, зав.каф. ЭиУ Сапрыкина О.А.
Утвердил: канд.техн.наук, декан ФТиД Бунькова Т.О.
Утв. кафедрой ЭиУ, прот.№1 от 29.08.2024

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне» представлена в таблице 7.1

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения заданий по дисциплине «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне» 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 54.04.01 Дизайн 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	Брендинг и мерчендайзинг в дизайне	*Основная литература:* Б-1 Музыкант, В.Л. Брендинг. Управление брендом: учебное пособие / В.Л. Музыкант. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2023. - 316 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=400773 Б-2 Алексина, С.Б. Мерчандайзинг: учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2024. - 178 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=395274 Б-3 Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва: Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2022. – 322 с. URL: https://znanium.ru/read?id=431490 *Дополнительная литература:* Б-4 Кузьмина, О.Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие / О.Г. Кузьмина. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2024. – 176 с. URL: https://znanium.ru/read?id=434428 Б-5 Дмитриева, Л.М. Бренд в современной культуре: монография / Л.М. Дмитриева. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2023. – 200 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=420431 Б-6 Креативный менеджмент: учебник / под ред. д.э.н.. проф. А.А. Степанова и д.э.н.. доц. М.В. Савиной. – 6-е изд., перераб. И доп. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 318 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=431613 Б-7 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 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=358568	100% 100% 100% 100% 100% 100% 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	Брендинг и мерчендайзинг в дизайне	*Учебно-методическая литература:* М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне». – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2024. – URL: https://moodle.ntirgu.ru М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне». – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2024. – 21с. – 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% 100% 100% 100%	

Заведующая библиотекой _____ Русских Н.И._____

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

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	Брендинг и мерчендайзинг в дизайне	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, доска аудиторная для писания мелом. Ком-	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	Брендинг и мерчендайзинг в дизайне	плект 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-1.1, 2.1	ПЗ-1,2	–	Б-1 – Б-7, М-1 – М-3	СИ-1 – СИ-8	БРС
2	–	–	–	Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-1 – СИ-8	БРС
3	–	ПЗ-3,4	–	Б-1 – Б-7, М-1 – М-3	СИ-1 – СИ-8	БРС
4	–		–	Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-1 – СИ-8	БРС
5	–	ПЗ-5,6	–	Б-1 – Б-7, М-1 – М-3	СИ-1 – СИ-8	БРС
6	–	–	–	Б-1 – Б-7, М-1, М-3	СИ-1 – СИ-8	БРС
7	–	–	–	Б-1 – Б-7, М-1 – М-3	СИ-1 – СИ-8	БРС
8	–	–	–			
9	–	–	–			
10	–	–	–			
11	–	–	–			
12	–	–	–			
13	–	–	–			
14	–	–	–			
15		–	–			
16						Экзамен

10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2024/2025 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 (защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты)	Дизайна		

Декан ФТиД _____ Т.О. Бунькова_____

личная подпись *расшифровка подписи* *дата*

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

Рабочая программа действительна для рабочего учебного плана направления подготовки 54.04.01 Дизайн (2025 года набора).

С учётом развития науки, техники и социальной сферы в рабочей программе дисциплины «Брендинг и мерчендазинг в дизайне» в столбце 3 Таблицы 7.1 «Обеспечение образовательного процесса по образовательной программе направления подготовки 38.04.02 Менеджмент учебной и учебно-методической литературой» позиции читать в следующей редакции:

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 Алексина, С.Б. Мерчандайзинг: учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2026. – 178 с. – URL: https://znanium.ru/read?id=482904

Дополнительная литература:

Б-4 Кузьмина, О.Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие / О.Г. Кузьмина. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2025. – 176 с. URL: https://znanium.ru/read?id=453206

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

Учебно-методическая литература:

М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Брендинг и мерчендазинг в дизайне» / О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина,, 2026. – URL: https://moodle.ntirgu.ru

М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Брендинг и мерчендазинг в дизайне» / О.А. Сапрыкина. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина, 2026. – URL: https://moodle.ntirgu.ru

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 «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне», 54.04.01 Дизайн, программа магистратуры «Дизайн костюма и аксессуаров».

заочная 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	*		*																		4,0
Конспекты лекций	5,0			*																		5,0
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 «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне»
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-1.1	1	Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв. Развитие бренд-дизайна	2,0		-		-		-		-		-	
1	ЛК-2.1	1	Мерчендайзинг в дизайне как совокупность проектных и коммуникационных решений	2,0		-		5,0		-		-		-	
1	ПЗ-1	1	Брендинг. Бренд-взрыв. Дизайн-взрыв	1,0		1,0		2,0		2,0		-		-	
2	ПЗ-2	1	Развитие брендинга и бренд-дизайна	1,0		1,0		2,0		2,0		-		-	
3	ПЗ-3	1	Защита индивидуального задания по разделу «Брендинг»	1,0		1,0		2,0		2,0		2,0		-	
4	ПЗ-4	1	Проектные решения в мерчендайзинге	1,0		1,0		2,0		2,0		-		-	
5	ПЗ-5	1	Коммуникационные решения в мерчендайзинге	1,0		1,0		2,0		2,0		-		-	
6	ПЗ-6	1	Защита индивидуального задания по разделу «Технологии мерчендайзинга в дизайне»	1,0		1,0		2,0		2,0		2,0		5,0 / 6,0	
Итого:		8	Всего:	10,0		6,0		17,0		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											
			Минимальный балл к экзамену:	40											

Примечание: Посещаемость лекций – 2,0 балла;
Посещение практических занятий – 1,0 балл;
Проверка наличия конспектов лекций (неделя 2) – 5,0 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
«Брендинг и мерчендайзинг в дизайне»
основной профессиональной образовательной программы
НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина
по направлению 54.04.01 Дизайн,
программа магистратуры «Дизайн костюма и аксессуаров»

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, программа магистратуры «Дизайн костюма и аксессуаров» 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 (ОПК-4): - 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 материалов (ФОМ): вопросы для самоконтроля и проверки качества знаний студентов; методические рекомендации по проведению практических занятий; комплект экзаменационных билетов	Да
13	ФОМ содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, в том числе, связанных со спецификой малого и среднего бизнеса	Да

№ п/п	Критерии оценки РПД	Отметка о соответствии
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 «Брендинг и мерчендайзинг в дизайне» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 54.04.01 Дизайн, программа магистратуры «Дизайн костюма и аксессуаров» в представленном виде.

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