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./
«____» _____ 2021 г.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ БРЕНДИНГ ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

| | |
|---|---|
| Направление подготовки: | 54.03.01 Дизайн |
| Профиль подготовки: | Дизайн костюма |
| Квалификация: | бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Факультет | ТиД |
| Кафедра | Экономики и управления |

Курс – 4, семестр – 7

| | | | |
|---|---|---|---|
| Лекции | 18 час./0,50 з.е. | (4 час.*) | Экзамен - семестр |
| Практические занятия | 18час./0,50 з.е. | (8 час.*) | Зачет 7 семестр |
| Лабораторные занятия | - час./0 з.е. | | |
| Самостоятельная работа | 106час./2,94 з.е. | | |
| Контроль | - час./- з.е. | | |
| Всего | 180час./5,00 з.е. | | |
| В т.ч.контактная работа | 74 час. / 2,06 з.е. | | |
| *В т.ч.в интер. форме | (12 час.*) | | |

Новосибирск – 2021

Рабочая программа составлена на основании следующих нормативных документов:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки: 54.03.01Дизайн. Утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 № 1015.

2. Базовый учебный план. Направление подготовки 54.03.01 Дизайн.

3. Основная профессиональная образовательная программа. Направление подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) подготовки «Дизайн костюма».

4. Рабочий учебный план. Направление: 54.03.01Дизайн (квалификация «бакалавриат»). Направленность (профиль) подготовки «Дизайн костюма», набор 2021г. (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:
доц, канд. экон. наук _____ О.А. Сапрыкина
ассистент _____ А.Б. Быкова

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

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Экономики и управления (протокол № 01 от «27» августа 2021 г.).

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

Декан ФТиД
доц., канд.техн.наук _____ Е.В. Арчинова

СОДЕРЖАНИЕ

1 Аннотация (паспорт дисциплины) ..... 4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата ..... 6
3 Ожидаемые результаты образования и компетенции обучающегося по завершению освоения программы учебной дисциплины «Брендинг изделий легкой промышленности» ..... 7
4 Структура и содержание учебной дисциплины ..... 9
5 Образовательные технологии ..... 13
6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины ..... 14
7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины ..... 17
8 Условия реализации программы дисциплины ..... 20
9 Учебно-методическая карта дисциплины ..... 22
10 Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами направления на 2021/2022 учебный год ..... 23
11 Дополнения и изменения к рабочей программе на 20__/20__ учебный год ..... 24
Приложение А ..... 25

1 АННОТАЦИЯ (ПАСПОРТ ДИСЦИПЛИНЫ)

<table>
<tr><td>Обозначение документа</td><td>Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011</td><td>Наименование процесса</td></tr>
<tr><td>Б1.В.ДВ.01.02</td><td>7.3 и 7.5</td><td>Преподавание дисциплины «Брендинг изделий легкой промышленности»</td></tr>
<tr><td>Определение процесса:<br>процесс преподавания дисциплины «Брендинг изделий легкой промышленности» для студентов очной формы обучения направления подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Дизайн костюма», ориентированный на выполнение требований ФГОС ВО</td><td colspan="2">Цель процесса:<br>выполнение требований ФГОС ВО и формирование системного понимания основных принципов и механизмов брендинга, представления о фундаментальных и прикладных аспектах стратегического планирования и реализации брендинга, а также практических навыков определения ключевых компетенций и источников конкурентных преимуществ в области разработки и реализации брендинга.</td></tr>
<tr><td>Владелец процесса:<br>Кафедра Экономики и управления</td><td colspan="2">Ответственный руководитель процесса:<br>доц., канд.экон.наук Сапрыкина О.А.<br>асс. Быкова А.Б.</td></tr>
<tr><td>Входы процесса:<br>студенты и знания, полученные ими при изучении дисциплин: экономика</td><td colspan="2">Выходы процесса:<br>в результате изучения дисциплины студент должен:<br>Знать:<br>– основы маркетинга и брендинга в области дизайна;<br>– методы, технологии и средства сбора и обработки данных, необходимых для проведения дизайнерского исследования с целью формирования бренда.<br>Уметь:<br>– осуществлять сбор и проводить анализ, критическое резюмирование информации для принятия дизайнерского решения; определять потребительские предпочтения и значимые для них характеристики для дизайна с целью формирования бренда.<br>Владеть:<br>– навыками определять потребительские предпочтения и значимые для них характеристики для дизайна с целью формирования бренда</td></tr>
<tr><td>Требования к входам процесса:<br>– способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);<br>– способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-10)</td><td colspan="2">Требования к выходам процесса:<br>соответствующие требованиям ФГОС ВО компетенции, получаемые после изучения данной дисциплины:<br>– способен исследовать потребности, предпочтения потребителей, предъявляемых к дизайну костюма (ПК-1)</td></tr>
<tr><td>Поставщики процесса:<br>Кафедра, участвующая в преподавании</td><td colspan="2">Потребители процесса:<br>Студенты 4 курса очной формы обучения и их</td></tr>
</table>

| Обозначение документа | Пункт ГОСТ Р ИСО 9001-2011 | Наименование процесса |
|---|---|---|
| Б1.В.ДВ.01.02 | 7.3 и 7.5 | Преподавание дисциплины «Брендинг изделий легкой промышленности» |
| дисциплин, предшествующих изучению данной дисциплины:<br>1. Кафедра Экономики и управления | | будущие работодатели |
| Управляющие воздействия:<br>– ФГОС ВО;<br>– рабочий учебный план;<br>– рабочая программа дисциплины;<br>– итоговая аттестация по дисциплине;<br>– зачет | | Основные ресурсы:<br>7 семестр - 5 ЗЕ (180 час.); аудиторная нагрузка: ЛК – 18 часов; ПЗ – 18 часов; ЛБ – – часов; СРС – 106 часов.<br>выделенный аудиторный фонд, информационно-библиотечные ресурсы |
| Контролируемые параметры процесса:<br>участие в аудиторной работе, самостоятельная работа, выполнение практических занятий, индивидуальное задание | | Методы измерения параметров процесса:<br>Рейтинговая шкала 100 баллов, зачёт. |
| Показатели результативности:<br>выполнение запланированных мероприятий в срок; обеспечивающих получение допуска к зачёту. | | Периодичность оценки:<br>непрерывно согласно графику проведения занятий и по завершению изучения дисциплины |

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Брендинг изделий легкой промышленности» является дисциплиной по выбору, включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений рабочего учебного плана.

Таблица 2.1 – Принципы построения дисциплины

| Принцип (особенность) | Содержание |
|---|---|
| Ядро дисциплины | Базовая часть дисциплины:<br>1 модуль. Брендинг как инструмент современного маркетинга<br>2 модуль. Брендбилдинг: от частных марок производителя до управления нематериальными активами<br>3 модуль. Стратегическое планирование бренда: основы бренд-менеджмента |
| Основные понятия дисциплины (дидактические единицы) | Понятие бренда и брендинга, идентичность бренда, идентификаторы бренда, планирование и реализация брендбилбинга, товар и бренд: характеристики, сходства и различия, законы управления брендами, капитал бренда и брендинг как новая модель бизнеса, управление портфелем брендов, управление эффективностью бренда, управление развитием брендов, бренд-стратегии |
| Обеспечение последующих дисциплин образовательной программы (связи с последующими дисциплинами) | Перечень дисциплин, изучение которых опирается на данную:<br>Государственная итоговая аттестация ( подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы) |
| Практическая направленность (практическая часть) дисциплины | Практическая часть дисциплины содержит:<br>практические занятия по темам:<br>1. Отличительные характеристики понятий «торговый знак», «торговая марка», «бренд»;<br>2. Создание и формирование бренда;<br>3. Идентичность бренда<br>4. Бриф на разработку торговой марки |
| Учет индивидуальных особенностей обучающихся, реализация права выбора способа учения | Возможность работать в своем темпе;<br>Подбор индивидуальных заданий разного уровня сложности |
| Описание основных “точек” контроля | Рейтинговая шкала 100 баллов, зачёт |
| 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 «БРЕНДИНГ ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

Ожидаемые результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины «Брендинг изделий легкой промышленности» представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты освоения обучающимися программы учебной дисциплины (цели 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 |
| Способен исследовать потребности, предпочтения потребителей, предъявляемых к дизайну костюма | ПК-1 | Способен исследовать потребности, предпочтения потребителей, предъявляемых к дизайну костюма | ***ИД-1$_{ПК-1}$***<br>**Знать:**<br>– основы маркетинга и брендинга в области дизайна;<br>– методы, технологии и средства сбора и обработки данных, необходимых для проведения дизайнерского исследования с целью формирования бренда.<br><br>***ИД-2$_{ПК-1}$***<br>**Уметь:**<br>– осуществлять сбор и проводить анализ, критическое резюмирование информации для принятия дизайнерского решения; определять потребительские предпочтения и значимые для них характеристики для дизайна с целью формирования бренда.<br><br>***ИД-3$_{ПК-1}$***<br>**Владеть:**<br>– навыками определять потребительские предпочтения и значимые для них характеристики для дизайна с целью формирования бренда. | Текущий контроль:<br>- устный опрос;<br>-защита практических заданий;<br>-защита индивидуального задания |

# 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)*

*(очная форма обучения)*

| Форма контроля, семестр | | Трудоемкость | | | | | | | | Вид уч. занят. | Распределение по курсам и семестрам | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | в часах | | | | | | в ЗЕ | | | 4 курс | |
| | | с преподавателями | | | | СРС | К | Всего | | | 7 сем. | 8 сем. |
| экз. | зач. | аудиторные занятия | | | В т.ч. контактная работа | | | | | | | |
| | | ЛК | ПЗ | ЛБ | | | | | | | | |
| 1 | *2* | 2 | 4 | 5 | 6 | *7* | *8* | 9 | | 10 | 11 | 12 |
| - | 7 | 18 | 18 | - | 74 | 106 | - | 180 | 5 | ЛК | 18 | - |
| | | | | | | | | | | ПЗ | 18 | - |
| | | | | | | | | | | ЛБ | - | - |

## 4.2 Разделы дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины – 5 зачетных единиц, 180 часов.

Таблица 4.2 – Разделы дисциплины

| № п/п | Раздел дисциплины | 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 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Брендинг как инструмент современного маркетинга | 4 | – | 2 | 12 | 18 | 0,83 | устный опрос; защита практических работ; защита индивидуального задания |
| 2 | Брендбилдинг: от частных марок производителя к управлению нематериальными активами | 8 | – | 8 | 32 | 46 | 2,17 | |
| 3 | Стратегическое планирование бренда: основы бренд-менеджмента | 6 | - | 8 | 30 | 42 | 2,00 | |
| 4 | Итого: | 18 | - | 18 | 74 | 106 | 5,00 | Итоговый контроль – зачет |

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 как инструмент современного маркетинга | ЛК-1 | Понятие бренда и брендинга | 2 | ПК-1 |
| | | ЛК-2 | Идентичность бренда. Идентификаторы бренда | 2 | |
| | Самостоятельная работа | СИ-1 | История возникновения и развития понятия «бренд». Смежные понятия: репутация и имидж | 6 | |
| | | СИ-2 | Социально-культурная среда бренда | 6 | |
| | | СИ-3 | Правовая среда бренда. Поле бренда в экономическом пространстве | 6 | |
| Промежуточный контроль | | | Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ | | |
| | Контактная работа | КАТТ | Контроль за текущей аттестацией | 0,5 | ПК-1 |
| | | КСР | Контроль самостоятельной работы студентов | 5,5 | |
| | | КОНС | Консультации | – | |
| | | ИТОГО: | | 6 | |
| *Итого по разделу 1* | | | | ∑4/18/6 | |
| 2 | Брендбилдинг: от частных марок производителя к управлению нематериальными активами | ЛК-3 | Планирование и реализация брендбилбинга | 2 | ПК-1 |
| | | ЛК-4 | Товар и бренд: характеристики, сходства и различия | 2 | |
| | | ЛК-5 | Законы управления брендами | 2 | |
| | | ЛК-6 | Капитал бренда и брендинг как новая модель бизнеса | 2 | |
| | Самостоятельная работа | СИ-4 | Фирменный стиль как составная часть брендинга | 16 | ПК-1 |
| | | СИ-5 | Особенности создания собственных торговых марок (PL) | 16 | |
| | | СИ-6 | Подходы российских | 14 | |

| № 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 |
| | | | брендинговых агентств | | |
| Промежуточный контроль | | | Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ | | |
| | Контактная работа | КАТТ | Контроль за текущей аттестацией | 0,5 | ПК-1 |
| | | КСР | Контроль самостоятельной работы студентов | 15,5 | |
| | | КОНС | Консультации | – | |
| | | ИТОГО: | | 16 | |
| *Итого по разделу 2* | | | | ∑8/46/16 | |
| 3 | Стратегическое планирование бренда: основы бренд-менеджмента | ЛК-7 | Управление портфелем брендов | 2 | ПК-1 |
| | | ЛК-8 | Управление эффективностью бренда | 2 | |
| | | ЛК-9 | Управление развитием брендов. Бренд-стратегии | 2 | |
| | Самостоятельная работа | СИ-7 | Эволюция концепций бренд-менеджмента | 14 | |
| | | СИ-8 | Модель системного управления брендом | 14 | |
| | | СИ-9 | Бренд как средство коммуникации между продавцом и покупателем | 14 | |
| Промежуточный контроль | | | Устный опрос, защита ПЗ, защита ИЗ | | |
| | Контактная работа | КАТТ | Контроль за текущей аттестацией | 1 | ПК-1 |
| | | КСР | Контроль самостоятельной работы студентов | 15 | |
| | | КОНС | Консультации | – | |
| | | ИТОГО: | | 16 | |
| *Итого по разделу 3* | | | | ∑6/42/16 | |
| Итого по учебной дисциплине | | | | ∑18/106/38 | |
| Итоговый контроль - зачёт | | | | - | |
| *Итого интерактивные формы обучения | | | | 4* | |

### 4.3.2 Практические занятия

Таблица 4.3.2 – Характеристика практических учебных занятий

| Ссылки на компетенции | № ПЗ | Наименование темы практического занятия | Объем, час | Учебная деятельность студента |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ПК-1 | ПЗ-1 | Отличительные | 2 | – дискуссия (обсуждение вопросов по |

| Ссылки на компетенции | № ПЗ | Наименование темы практического занятия | Объем, час | Учебная деятельность студента |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | характеристики понятий «товарный знак», «торговая марка», «бренд» | | теме ПЗ);<br>– составление «колеса бренда»;<br>– контрольные вопросы |
| ПК-1 | ПЗ-2 | Создание и формирование бренда | 6 | – разбор ситуационных заданий;<br>– разбор кейсов;<br>– составление карты позиционирования бренда;<br>– контрольные вопросы |
| ПК-1 | ПЗ-3 | Идентичность бренда | 2 | – разбор ситуационных заданий;<br>– разбор кейсов;<br>– определение элементов идентичности бренда;<br>– построение мыслительного поля бренда;<br>– контрольные вопросы |
| ПК-1 | ПЗ-4 | Бриф на разработку торговой марки | 8 | – разработка и заполнение брифа на разработку торговой марки;<br>– выполнение задания по теме;<br>– контрольные вопросы |
| Итого по *семестру* | | | ∑18 | |
| Итого по дисциплине | | | ∑18 | |
| Итого интерактивные формы обучения | | | 8* | |

4.3.3 Лабораторные работы – не предусмотрены

4.3.4 Курсовая работа (курсовой проект) – не предусмотрен

## 5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности бакалавров 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 | + | + | |
| Кейс-задача | | + | |
| Модульное обучение | + | + | + |
| Командная работа | | | |
| Опережающая СРС | | | + |
| Индивидуальное обучение | | | + |
| Проблемное обучение | + | | |
| Обучение на основе опыта | + | | |

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

– теоретический материал дисциплины изучается на лекционных занятиях 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 заданий 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 54.03.01 Дизайн «бакалавр» после изучения данной дисциплины должен обладать следующими компетенциями, представленными в таблице 6.1. Содержание самостоятельной работы обучающихся представлено в таблице 6.2.

Таблица 6.1 – Компетентностные характеристики обучающегося по дисциплине «Брендинг изделий легкой промышленности»

| Индекс | Наименование компетенции | Содержание компетенции | Технологии формирования | Форма оценочного средства |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ПК-1 | Профессиональные | Способен исследовать потребности, предпочтения потребителей, предъявляемых к дизайну костюма | ЛК<br>СРС<br>ПЗ | Текущий контроль:<br>- устный опрос;<br>-защита практических заданий;<br>-защита индивидуального задания |

Таблица 6.2 – Содержание самостоятельной работы обучающихся

| № | Виды самостоятельной работы | Тема дисциплины курса (таблица 4.3) | Форма контроля |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Изучение учебно-методической и научно-методической литературы | 1-3 | Устный опрос |
| 2 | Подготовка к выполнению практических заданий | 1-3 | Защита практических работ |
| 3 | Подготовка и выполнение индивидуального задания | 1-3 | Защита индивидуальных заданий |

На самостоятельную работу выделяется 106 часов.

6.1 Для проверки знаний обучающихся предусматриваются следующие формы контроля:

К-1 Устный опрос;

К-2 Защита практических заданий;

К-3 Защита индивидуального задания;

К-3 Зачёт 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 (0-80) и числа баллов полученных на зачёте (0-20). 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, защита индивидуального задания.

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 зачётом. К зачёту допускаются обучающиеся, набравшие по дисциплине 60 и более баллов. Зачёт проводится в устной форме. Минимальное количество баллов за зачёт – 0, максимальное – 20. Обучающийся, набравший за семестр менее 60 баллов, к зачёту не допускается, пока не сдаст не зачтенные темы.

Образец балльно-рейтингового листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (таблица А.1, А.2).

6.2 Оценочные материалы для текущего контроля и аттестации студента представлены в методических указаниях «Фонд оценочных материалов по дисциплине «Брендинг изделий легкой промышленности».

6.2.1 Вопросы к зачету

1. Понятие бренда и брендинга
2. Идентичность бренда
3. Идентификаторы бренда
4. История возникновения и развития понятия «бренд»
5. Смежные понятия бренда: репутация и имидж
6. Социально-культурная среда бренда
7. Правовая среда бренда
8. Поле бренда в экономическом пространстве
9. Внешний и внутренний брендинг.
10. Вербальные и визуальные коммуникации брендинга.
11. Осведомленность о бренде.
12. Воспринимаемое качество товара.
13. Лояльность бренду.
14. Ассоциации с брендом.
15. Сущность брендбилдинга.
16. Планирование брендбилбинга
17. Реализация брендбилбинга
18. Товар и бренд: характеристики, сходства и различия
19. Законы управления брендами
20. Фирменный стиль как составная часть брендинга
21. Понятие «собственные торговые марки» (PL)
22. Понятие «капитал бренда»
23. Источники управления капиталом бренда.
24. Управление портфелем брендов
25. Управление эффективностью бренда
26. Управление развитием брендов.
27. Бренд-стратегии
28. Эволюция концепций бренд-менеджмента
29. Модель системного управления брендом
30. Бренд как средство коммуникации между продавцом и покупателем

## 7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Информация по учебно-методическому и информационному обеспечению дисциплины «Брендинг изделий легкой промышленности» представлена в таблице 7.1

7.2 Программное обеспечение

Для выполнения задания по дисциплине «Брендинг изделий легкой промышленности» обучающиеся используют широкий арсенал программных продуктов: MS Word, MS Excel, MS Power Point и т.д., а также иные ресурсы:

– приложения для онлайн-работы с файлами: GOOGLE ДОКУМЕНТЫ, GOOGLE ТАБЛИЦЫ, GOOGLE ПРЕЗЕНТАЦИИ и др.

Таблица 7.1 – Обеспечение образовательного процесса по дисциплине «Брендинг 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 экз. | Количество экз.литературы на одного обучающегося |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Б1.В.ДВ.01.02 | Брендинг изделий легкой промышленности | *Основная литература:*<br>Б-1 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/catalog/product/1840353<br>Б-2 Музыкант, В.Л. Брендинг. Управление брендом: учебное пособие / В.Л. Музыкант. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. - 316 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1044528 .<br>*Дополнительная литература:*<br>Б-3 Кузьмина, О.Г. Бренд-менеджмент: учебное пособие / О.Г. Кузьмина. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. – 176 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/989798<br>Б-4 Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 322 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093531 .<br>Б-5 Ивантер, З. Продающие тексты в Instagram: как привлекать клиентов и развивать личный бренд на глобальной вечеринке: практическое руководство / З. Ивантер. - Москва: Интеллектуальная Литература, 2021. - 166 с. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1841911<br>*Учебно-методическая литература:*<br>М-1 Сапрыкина, О.А. Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Брендинг изделий легкой промышленности» / О.А. Сапрыкина, А.Б. Быкова. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Ди- | 100%<br>100%<br>100%<br>100%<br>100%<br>100% | >1 |

| № п/п | Наименование дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом | Автор, название, место издания, издательство, год издания учебной и учебно-методической литературы | Количество экз. | Количество экз.литературы на одного обучающегося |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | зайн. Искусство), 2021. –24 с. URL: https://moodle.ntirgu.ru<br>М-2 Сапрыкина, О.А. Методические указания для организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Брендинг изделий легкой промышленности»/ О.А. Сапрыкина, А.Б. Быкова. – Новосибирск: НТИ (филиал) РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2021. – 23 с. URL: https://moodle.ntirgu.ru | 100% | |

Заведующая библиотекой _____Н.И. Русских
*личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

# 8 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## 8.1 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Информация о наличии специализированных аудиторий, лабораторий, технических средств обучения и т.д. представлена в виде таблицы (таблица 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.В.ДВ.01.02 | Брендинг изделий легкой промышленности | Лекции - аудитории, оснащенные электронным мультимедийным оборудованием: проектор, экран, компьютеры/ноутбук.<br>301 ауд. – учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации.<br>Аудиторная мебель – столы 26 шт., стулья 66 шт., стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом.<br>Персональный компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор).<br>Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.<br>Кондиционер 2 шт.<br>201 ауд. – Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа групповых и ин- | 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.В.ДВ.01.02 | Брендинг изделий легкой промышленности | дивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации.<br>Аудиторная мебель – парты 33 шт., стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом.<br>Персональный компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор).<br>Комплект учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации по дисциплине.<br>501 ауд. – Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации.<br>Аудиторная мебель – столы 21 шт., стулья 43 шт., стол преподавателя, доска аудиторная для писания мелом. Вместимость не менее 40 человека.<br>Персональный компьютер с базовым лицензионным программным обеспечением и подключенным к сети Интернет. Комплект демонстрационного оборудования (экран и мультимедиа проектор).<br>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

7 семестр

| № нед. | Номер темы *учебных занятий* | | | Используемые *учебно-методические* материалы | *Самостоятельная* работа студентов (СРС) | Форма *контроля* |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ЛК | ПЗ | ЛБ | | | |
| 1 | 2 | 3 | 45 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | ЛК-1 | ПК-1 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | | БРС |
| 2 | | | – | Б-1 – Б-5, М-1 | СИ-1 | БРС |
| 3 | ЛК-2 | ПК-2 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | СИ-2, СИ-3 | БРС |
| 4 | | | – | Б-1 – Б-5, М-1 | СИ-1 – СИ-3 | БРС |
| 5 | ЛК-3 | ПК-2 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | | БРС |
| 6 | | | – | Б-1 – Б-5, М-1 | СИ-4 | БРС |
| 7 | ЛК-4 | ПК-2 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | | БРС |
| 8 | | | – | Б-1 – Б-5, М-1 | СИ-5 | БРС |
| 9 | ЛК-5 | ПК-3 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | | БРС |
| 10 | | | – | Б-1 – Б-5, М-1 | СИ-6 | БРС |
| 11 | ЛК-6 | ПК-4 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | | БРС |
| 12 | | | – | Б-1 – Б-5, М-1 | СИ-4 – СИ-6 | БРС |
| 13 | ЛК-7 | ПК-4 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | | БРС |
| 14 | | | – | Б-1 – Б-5, М-1 | СИ-7 | БРС |
| 15 | ЛК-8 | ПК-4 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | | БРС |
| 16 | | | – | Б-1 – Б-5, М-1 | СИ-8 | БРС |
| 17 | ЛК-9 | ПК-4 | – | Б-1 – Б-5, М-1, М-2 | СИ-9 | Зачёт |

## 10 ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ НАПРАВЛЕНИЯ НА 2021/2022 УЧЕБНЫЙ ГОД

| Наименование дисциплин, изучение которых опирается на данную | Кафедра | Предложения об изменениях в рабочую программу и подпись зав. кафедрой | Решение, принятое кафедрой, разрабатывающей программу и подпись зав. кафедрой |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Государственная итоговая аттестация (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы) | Д | | |

Декан ФТиД _____

*личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

## 11 ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ НА 20__/20__ УЧЕБНЫЙ ГОД

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1) ……..;
2) ……...

Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры Э и У

«___» _____ 20___г. Протокол № ___

Заведующий кафедрой_____

*личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

Заведующая библиотекой_____

*личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

Декан ФТиД _____

*личная подпись* *расшифровка подписи* *дата*

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

Таблица А.1 - Оценка знаний студентов по балльно-рейтинговой системе по дисциплине «Брендинг изделий легкой промышленности», 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Дизайн костюма».

очная форма обучения

**(4 курс, 7 семестр)**

| Оценка Вид контроля | Баллы | ДМ-1 | | | | ДМ-2 | | | | | РР | ДМ-3 | | | | | | | | | РР | Всего |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ТР (неделя) | | | | ТР (неделя) | | | | | Итого | ТР (неделя) | | | | | | | | | Итого | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | | |
| 7 семестр | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Посещаемость ЛК | 1,0 | * | | * | | * | | * | | * | | | * | | * | | * | | * | | | 9,0 |
| Конспекты лекций | 7,0 | | | | | | | | | * | | | | | | | | | * | | | 14,0 |
| Посещаемость ПЗ | 1,0 | * | | * | | * | | * | | * | | | * | | * | | * | | * | | | 9,0 |
| Ритмичность работы | 1,0 | * | | * | | * | | * | | * | | | * | | * | | * | | * | | | 9,0 |
| Оформление отчета по ПЗ | 1,5 | * | | | | | | * | | * | | | | | | | | | * | | | 6,0 |
| Защита отчета по ПЗ | 4,0 | * | | | | | | * | | * | | | | | | | | | * | | | 16,0 |
| Самостоятельная работа | 1,0 | * | | * | | * | | * | | * | | | * | | * | | * | | * | | | 9,0 |
| Индивидуальное задание | 2,0 | * | | | | | | * | | * | | | | | | | | | * | | | 8,0 |
| Рейтинг по дисциплине (промежуточный) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 80 |
| **Зачет** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 20 |
| Рейтинг по дисциплине (итоговый) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 100 |

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

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Преподаватель: _____ /А.Б. Быкова/

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

Таблица А.2 - Рейтинговый лист по дисциплине «Брендинг изделий легкой промышленности»

студента гр. _____

**(курс 4, семестр 7)**

| Нед. | № ЛК, ПЗ | Час | Тема лекции, практической работы | Рейтинговая оценка | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | посещаемость | | ритмичность | | отчёт/ конспект | | защита ПЗ | | СР / защита ИЗ | |
| | | | | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 1 | ЛК-1 | 2 | Понятие бренда и брендинга | 1,0 | | - | | - | | - | | 1,0 | |
| 3 | ЛК-2 | 2 | Идентичность бренда. Идентификаторы бренда | 1,0 | | - | | - | | - | | 1,0 | |
| 5 | ЛК-3 | 2 | Планирование и реализация брендбилбинга | 1,0 | | - | | - | | - | | 1,0 | |
| 7 | ЛК-4 | 2 | Товар и бренд: характеристики, сходства и различия | 1,0 | | - | | - | | - | | 1,0 | |
| 9 | ЛК-5 | 2 | Законы управления брендами | 1,0 | | - | | 7,0 | | - | | 1,0 | |
| 11 | ЛК-6 | 2 | Капитал бренда и брендинг как новая модель бизнеса | 1,0 | | - | | - | | - | | 1,0 | |
| 13 | ЛК-7 | 2 | Управление портфелем брендов | 1,0 | | - | | - | | - | | 1,0 | |
| 15 | ЛК-8 | 2 | Управление эффективностью бренда | 1,0 | | - | | - | | - | | 1,0 | |
| 17 | ЛК-9 | 2 | Управление развитием брендов. Бренд-стратегии | 1,0 | | - | | 7,0 | | - | | 1,0 | |
| 1 | ПЗ-1 | 2 | Отличительные характеристики понятий «товарный знак», «торговая марка», «бренд» | 1,0 | | 1,0 | | 1,5 | | 4,0 | | 2,0 | |
| 3 | ПЗ-2 | 2 | Создание и формирование бренда | 1,0 | | 1,0 | | - | | - | | - | |
| 5 | ПЗ-2 | 2 | Создание и формирование бренда | 1,0 | | 1,0 | | - | | - | | - | |
| 7 | ПЗ-2 | 2 | Создание и формирование бренда | 1,0 | | 1,0 | | 1,5 | | 4,0 | | 2,0 | |
| 9 | ПЗ-3 | 2 | Идентичность бренда | 1,0 | | 1,0 | | 1,5 | | 4,0 | | 2,0 | |
| 11 | ПЗ-4 | 2 | Бриф на разработку торговой марки | 1,0 | | 1,0 | | - | | - | | - | |
| 13 | ПЗ-4 | 2 | Бриф на разработку торговой марки | 1,0 | | 1,0 | | - | | - | | - | |
| 15 | ПЗ-4 | 2 | Бриф на разработку торговой марки | 1,0 | | 1,0 | | - | | - | | - | |

| Нед. | № ЛК, ПЗ | Час | Тема лекции, практической работы | Рейтинговая оценка | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | посещаемость | | ритмичность | | отчёт/ конспект | | защита ПЗ | | СР / защита ИЗ | |
| | | | | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт | план | факт |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 17 | ПЗ-4 | 2 | Бриф на разработку торговой марки | 1,0 | | 1,0 | | 1,5 | | 4,0 | | 2,0 | |
| Итого: | | 36 | Всего: | 18,0 | | 9,0 | | 20,0 | | 16,0 | | 17,0 | |
| | | | Дополнительный рейтинг: | 10 | | | | | | | | | |
| | | | Максимальный балл к зачёту: | 18,0+9,0+20,0+16,0+17,0=80 | | | | | | | | | |
| | | | Минимальный балл к зачёту: | 60 | | | | | | | | | |

Примечание: Посещаемость лекций – 1,0 балл;
Посещаемость практических занятий – 1,0 балл;
Проверка наличия конспектов лекций – 7,0 баллов;
Ритмичность работы ПЗ – 1,0 балл, отсутствие – 0 баллов, отработка – 0,5 балла;
Оформление отчета по ПЗ – 1,5 балла;
Защита отчёта о выполнении практического занятия – 4,0 балл;
Контроль выполнения самостоятельной работы – 1,0 балл;
Дополнительные виды работ – 10 баллов;
Минимальный балл для допуска к зачёту – 60 баллов.

| Итого: | Балл: | Оценка: |
|---|---|---|
| | | |

Преподаватель: _____ / О.А. Сапрыкина /

Преподаватель: _____ / А.Б. Быкова /

**Рецензия**
**на рабочую программу дисциплины**
**Брендинг изделий легкой промышленности**
**основной профессиональной образовательной программы**
**НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина**
**по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн**
**направленность (профиль) «Дизайн костюма»**

В соответствии с ФГОС ВО по направлению 54.03.01 Дизайн, профиль «Дизайн костюма» дисциплина изучается в рамках вариативной части подготовки прикладного бакалавриата, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Разработчики рабочей программы дисциплины (РПД) – зав. кафедры ЭиУ НТИ (филиала) РГУ им.А.Н. Косыгина Сапрыкина О.А., асс. Быкова А.Б.

| № п/п | Критерии оценки РПД | Отметка о соответствии |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Цели изучения дисциплины | Да |
| 2 | Цели соотнесены с общими целями основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), в том числе:<br>- имеют междисциплинарный характер,<br>- 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 (ПК-1):<br>- по ФГОС ВО по направлению(ям),<br>- 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, отведённому 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:<br>- перечень основной и дополнительной литературы, электронных ресурсов;<br>- методические рекомендации (материалы) преподавателю;<br>- 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 | 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 |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 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 изделий легкой промышленности» может быть использована для методического обеспечения учебного процесса в рамках основной профессиональной образовательной программы НТИ (филиала) РГУ им. А.Н. Косыгина по направлению 54.03.01 Дизайн, профиль «Дизайн костюма» в представленном виде.

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