

УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

Актуализированная версия
утверждена на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

Утверждаю
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г

КОМПЛЕКТ РАБОЧИХ ПРОГРАММ

УЧЕБНЫХ ПРЕДМЕТОВ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «Fashion-индустрия и создание бренда»

Наименование программы

г. Москва 2025

УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

Актуализированная версия
утверждена на заседании Ученого совета
Университета «Синергия»
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

Утверждаю
Ректор Университета «Синергия»
кандидат экономических наук, доцент
А. И. Васильев
01.12.2025 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА «Fashion-индустрия и создание бренда»

(наименование дисциплины (курса, учебного предмета) по учебному плану)

Москва 2025

1. Цель изучения учебного предмета

1. Целью освоения учебного предмета является развитие интереса к созданию своего бренда одежды через формирование знаний, умений и навыков в сфере fashion-бизнеса посредством изучения основ fashion-индустрии, особенностей формирования бренда и создания коллекции одежды.

2. Планируемые результаты обучения по учебному предмету

Знать	<ul style="list-style-type: none">• основы создания fashion-бренда;• способы поиска фирменного стиля;• особенности создания коллекции одежды;• особенности запуска бренда.
Уметь	<ul style="list-style-type: none">• выстраивать фирменный стиль, философию и миссию бренда;• грамотно работать с инструментами создания коллекции одежды;• применять маркетинговые инструменты для продвижения бренда одежды.
Владеть	<ul style="list-style-type: none">• навыками выстраивания бизнес-процессов;• навыками формирования бренда;• навыками проведения анализа полученных знаний;• навыками коммуникативных отношений внутри проектных групп и в коллективе.

3. Содержание учебного предмета

3.1. Распределение учебного времени, выделенного на контактную работу обучающихся с преподавателем, на самостоятельную работу обучающихся и учебные часы с использованием дистанционных образовательных технологий

Общая трудоемкость (объем) учебного предмета составляет 72 академических часа.

Продолжительность: 12 недель.

Недельная нагрузка: 6 часов в неделю.

Предварительный режим занятий: 3 дня в неделю по 2 часа.

	Наименование тем учебного предмета	Общая трудоемкость, ч.	Всего, ч. Сумма	Контактная работа, ч			Учебные занятия с применением дистанционных технологий, ч	Самостоятельная работа, ч	Форма аттестации
				Лекции	Лабораторные работы	Практические и семинарские занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Тема 1. Введение в fashion-бизнес	20	0	0	0	0	10	10	-
2	Тема 2. Формирование бренда	15	0	0	0	0	7	8	-
3	Тема 3. Создание коллекции одежды	15	0	0	0	0	8	7	-
4	Тема 4. Запуск бренда	16	0	0	0	0	8	8	-
	Промежуточная аттестация	6	0	0	0	0	0	0	Зачет
	Итого:	72	0	0	0	0	33	33	6

3.2. Содержание тем учебного предмета

Тема 1. Введение в fashion-бизнес

- Введение. Понятие fashion-бизнеса, его особенности. Fashion-тренды. Позиционирование бренда. Конкуренция и ее виды.

Тема 2. Формирование бренда

- Брендинг, нейминг, фирменный стиль. Философия и миссия бренда. Нейромаркетинг: как на самом деле ведет себя покупатель. Стратегический план. Бюджет. Финансовая модель.

Тема 3. Создание коллекции одежды

- Планирование коллекции по капсулам. Эскизы, мудборды цветовой карты. Правильный выбор производства. Макет, финальные образцы. Размерный ряд. Проверка качества образцов.

Тема 4. Запуск бренда

- Пути выхода из сложных ситуаций. Юридические и правовые аспекты бизнеса. Товарооборот и как с ним работать. Маркетинг в Fashion-бизнесе. Продвижение бизнеса. Фотоконтент. Воронка продаж, таргетинг. Каналы продаж.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение (курса, учебного предмета)

№ п/п	Вид и наименование литературы
Основная:	
1.	Индустрия моды: дизайн мода, образ жизни : материалы I Всероссийской научной конференции в рамках 17 сезона Недели моды в Екатеринбурге (8 ноября 2022 г.) / под ред. Ю. В. Кондаковой, Е. В. Штифановой ; Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ). – Екатеринбург : Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ), 2023. – 128 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710301 (дата обращения: 13.03.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7408-0268-8. – Текст : электронный.
2.	Одеждоведение : учебное пособие : [16+] / А. А. Старовойтова, И. И. Шалмина, Ж. А. Фот, Л. В. Юферова ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2019. – 206 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683029 (дата обращения: 13.03.2024). – Библиогр.: с. 192-194. – ISBN 978-5-8149-2907-5. – Текст : электронный.
3.	Маркетинг : учебник / А. В. Бугаев, А. О. Васильев, Е. И. Кузнецова [и др.] ; под ред. Н. Д. Эриашвили, Ю. А. Цыпкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2023. – 184 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712652 (дата обращения: 13.03.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03770-7. – Текст : электронный.

№ п/п	Вид и наименование литературы
Основная:	
4.	Филиппова, Г. С. Дизайн-проектирование : эскиз в дизайне костюма : учебное пособие / Г. С. Филиппова ; Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ). – Екатеринбург : Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ), 2022. – 118 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698794 (дата обращения: 13.03.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7408-0254-1. – Текст : электронный.
Дополнительная:	
5.	Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М. О. Макашев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 208 с.
6.	Чернатони, Л. Брендинг : как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Ерёмина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с.
Информационное обеспечение	
7.	Гарант http://www.garant.ru
8.	Образовательная платформа lms.synergy.ru
9.	ЭБС Юрайт urait.ru

5. Учебно-материальная база, необходимая для осуществления образовательного процесса по (курсу, учебному предмету)

Материально-техническое обеспечение учебного предмета включает в себя:

- персональный компьютер/мобильное устройство (обучающийся обеспечивает самостоятельно) с любой операционной системой, позволяющей использовать браузеры и подключаться к сети «Интернет»;
- стандартный пакет офисных программ (обучающийся обеспечивает самостоятельно, полный список возможно уточнить у куратора программы);
- обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета - lms.synergy.ru;
- обеспечение доступа в электронную библиотеку urait.ru.

6. Методические рекомендации (указания, материалы) для преподавателей и обучающихся

В процессе освоения учебного предмета используются такие виды учебных занятий и работ как: учебные занятия с применением дистанционных технологий, самостоятельная работа.

Методические указания для обучающихся при обучении в виде занятий с применением ДОТ

В процессе занятий с ДОТ рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, выполнить самостоятельную работу.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать

пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанного занятия с применением ДОТ.

Занятия с применением ДОТ имеют логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Также в завершении занятия с применением ДОТ преподаватель знакомит обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями для самостоятельной работы и даёт рекомендации по их выполнению. Полученную информацию целесообразно кратко и лаконично записывать.

Методические указания для преподавателей при проведении занятий с применением ДОТ

Занятия с применением ДОТ (далее занятие) – систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала, записанное на видеокамеру.

Содержание тем занятий должно соответствовать цели учебного предмета и способствовать достижению планируемых результатов обучения по нему.

Объяснение нового материала рекомендуется начать с актуализации ранее изученных обучающимися тем, а также раскрытия цели и задач занятия. Затем перейти к его основной части, в которой формируются планируемые результаты обучения (знания) по учебному предмету.

Завершается занятие выводами по изученной теме. В этой части необходимо подчеркнуть, что обучающийся узнал нового на основе учебных элементов занятия. Также преподавателю необходимо ознакомить обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями и дать рекомендации по их выполнению.

Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

По мере прослушивания занятий в видеозаписи, слушатель последовательно выполняет самостоятельную работу, в которую входят: изучение рекомендованной (обязательной и дополнительной) литературы, выполнение заданий.

Прежде чем приступать к выполнению самостоятельной работы, слушателю необходимо подготовить оформленные в процессе занятий записи конспектов.

В ходе выполнения самостоятельной работы необходимо следовать рекомендациям, полученным от преподавателя в конце занятия, использовать материал занятий и конспекты, оформленные по ним, рекомендованную литературу.

Методические указания для преподавателей по организации самостоятельной работы

Для организации самостоятельной работы обучающихся преподаватель задания, направленные на формирование и закрепление полученных знаний по учебному предмету. Задания с указаниями размещаются на платформе электронного обучения lms.synergy.ru.

Перечень заданий для самостоятельной работы

Тема 1. Задание:

Подумайте над тем, какой Вы видите свою первую коллекцию: на какие блоки будет делиться ваша коллекция (это могут быть вещи для базового гардероба, спортивные, трендовые и т.д.; для какой категории людей; какие стили будет включать)?

Какие fashion-тренды вы внедрите в свою коллекцию одежды?

Продумайте позиционирование бренда.

Составьте развернутую таблицу с параметрами своей коллекции. Отрадите в ней все вышеперечисленные параметры. Представьте позиционирование вашего бренда в виде текста с использованием изображений.

Тема 2. Задание:

Продумайте название и фирменный стиль бренда.

Какая философия и миссия вашего бренда?

Пропишите стратегический план запуска вашего бренда и рассчитайте примерный бюджет для этого.

Тема 3. Задание:

Представьте, что Вы нашли хорошее производство, которое отшивает качественные вещи.

Составьте мудборд вашей коллекции для вдохновения.

Какие предметы Вы отдадите на производство в первую очередь для открытия вашего бренда?

Какие предметы Вы будете запускать далее?

Какие ткани Вы будете использовать для производства вашей коллекции?

Подготовьте цветовую палитру для первого и второго запуска производства вещей.

Тема 4. Задание:

Какие способы продвижения бизнеса вы будете использовать и почему? Пропишите стратегию вашей рекламной кампании.

Критерии оценивания

Оценка	Критерий оценивания:
5 (отлично)	Присутствуют и полностью раскрыты все пункты в рамках задания.
4 (хорошо)	Присутствуют все пункты в рамках задания, но раскрыты не в полной мере.
3 (удовлетворительно)	Присутствует половина пунктов в рамках задания.
2 (неудовлетворительно)	Отсутствует более половины пунктов в рамках задания.

7. Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по (курсу, учебному предмету)

7.1. Промежуточная аттестация

Форма проведения промежуточной аттестации – зачет.

Порядок проведения промежуточной аттестации: проводится дистанционно, предполагает выполнение обучающимся одного

практического задания, направленного на оценку сформированности планируемых результатов обучения (умений и практического опыта). Обучающийся получает задания в личном кабинете, выполняет его самостоятельно и сдает результаты на проверку. По результатам проверки обучающемуся выставляется оценка.

Практическое задание, выносимое на промежуточную аттестацию

Разработка бренд-концепта

Цель задания:

Разработать полный бренд-концепт для нового модного бренда.

Задачи:

1) Позиционирование бренда:

Определите целевую аудиторию для вашего бренда.

Опишите, как ваш бренд будет восприниматься в сравнении с конкурентами.

2) Брендинг и нейминг:

Предложите название для вашего бренда и объясните выбор.

Разработайте логотип, отражающий идеологию бренда.

3) Фирменный стиль бренда:

Создайте стиль, который будет визуально характеризовать ваш бренд (шрифты, цвета, графика).

4) Философия и миссия бренда:

Сформулируйте философию вашего бренда.

Определите миссию, которую ваш бренд стремится достичь.

5) Стратегический план:

Разработайте стратегический план развития бренда на ближайшие 3 года.

Включите ваши планы по расширению ассортимента.

6) Бюджет:

Составьте бюджет на создание и продвижение бренда.

Обоснуйте расходы на основе стратегического плана.

7) Производство:

Выберите стратегию производства (собственное производство или аутсорсинг).

Опишите процесс производства и контроля качества.

8) Ткани:

Определите виды тканей, которые будут использоваться в вашей продукции.

Обоснуйте выбор с точки зрения стиля, качества и целевой аудитории.

9) Мудборды и цветовые гаммы:

Создайте мудборды, отражающие стиль вашей будущей коллекции.

Определите цветовую гамму, соответствующую фирменному стилю.

10) Способы продвижения бренда:

Разработайте стратегию маркетинга и продвижения бренда.

Укажите основные каналы продаж и рекламные инструменты.

Подача работы:

Презентация в формате PowerPoint или PDF, включающая все необходимые элементы бренд-концепта.

Промежуточная аттестация проводится дистанционно. Ко времени на начала зачета обучающийся получает документ с перечнем заданий. Срок выполнения - 6 часов. До окончания обозначенного времени обучающемуся необходимо отправить документ с выполненным заданием на почту куратору, который осуществляет проверку.

Критерии оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Критерий оценивания:
5 (отлично)	Присутствуют и полностью раскрыты все пункты в рамках задания. Бренд-концепт включает в себя все необходимые детали, стратегия включает себя все 10 пунктов.
4 (хорошо)	Присутствуют все пункты в рамках задания, но раскрыты они не в полной мере. Бренд-концепт включает в себя все необходимые детали, стратегия включает себя от 7 пунктов.
3 (удовлетворительно)	Присутствует половина пунктов в рамках задания. Бренд-концепт включает в себя меньше 7 но больше 5 пунктов.
2 (неудовлетворительно)	Присутствует меньше половины пунктов в рамках задания. Бренд-концепт включает в себя меньше 5 пунктов.