

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы теории брендинга в сфере моды»

По направлению подготовки: 54.03.03 «Искусство костюма и текстиля»

По профилю: «Художественное проектирование костюма»

Квалификация выпускника: Бакалавр

Выпускающая кафедра: «Дизайн»

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Дизайн»

1. Цели освоения дисциплины «Основы теории брендинга в сфере моды»

Целями освоения дисциплины «Основы теории брендинга в сфере моды» являются:

- а) овладение теорией брендинга в сфере моды.
- б) формирование навыков продвижения и развития бренда в сфере моды;
- в) ознакомление с творчеством художников, формирующих бренды в сфере моды;
- г) изучение тенденций, трендов и их прогнозирование в сфере моды.

2. Содержание дисциплины

Теория бренда.

Основные проблемы брендинга модных товаров.

Анализ сущности бренда и организация процесса его создания и продвижения.

Особенности маркетинга и брендинга модных товаров.

Создание бренда в сфере fashion бизнеса

Принципы и цели, формы организации домов моды.

Особенности брендинга fashion бизнеса.

Особенности брендинга моды в России.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- Теоретические аспекты бренда и особенности брендинга в сфере моды.
- Основные проблемы брендинга модных товаров.
- Особенности маркетинга и брендинга модных товаров.
- Особенности брендинга моды в России.

Уметь:

- Производить анализ сущности бренда и организация процесса его создания и продвижения.
- Применять принципы формирования бренда в сфере fashion бизнеса.

Владеть:

- Принципами организации домов моды.
- Приемами брендинга fashion бизнеса.

Зав. кафедрой «Дизайн»



В.В. Хамматова