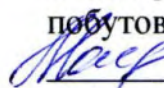


**Державний професійно-технічний навчальний заклад
«Чернігівське вище професійне училище побутового обслуговування»**

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. директора ДПТНЗ «Чернігівське
вище професійне училище
побутового обслуговування»

 **Вікторія МАЛОФЕЄНКО**
«30» серпня 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

«Маркетинг в індустрії моди»

Освітньо-професійна програма: «Технології легкої промисловості»

Галузь знань: 18 Виробництво та технології

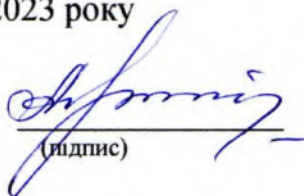
Спеціальність: 182 «Технології легкої промисловості»

Робоча програма навчальної дисципліни складена на підставі ОПП «Технології легкої промисловості»

Розглянуто та погоджено на засіданні циклової комісії «Суспільних та соціально-економічних дисциплін»

Протокол № 1 від «29» серпня 2023 року

Голова циклової комісії


(підпис)

Наталія Астратян
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Чернігів – 2023

1. Опис навчальної дисципліни

Показник	Значення показника
Назва дисципліни	Маркетинг в індустрії моди
Характеристика навчальної дисципліни	Освітні компоненти вільного вибору
Освітній компонент	БК 11
Кількість кредитів	
- за стандартом	1
- за ОПП (скорочений термін)	1
Кількість годин за навчальним планом:	
- Загальний обсяг	30
- Лекції	12
- Семінарські	8
- Самостійна робота	10
Метод підсумкового контролю	залік
Розподіл	
- за курсами	2 курс
- за семестрами	3 семестр

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета:

- формування у здобувачів освіти теоретичних знань та практичних навичок з маркетингу в індустрії моди;
- формування розуміння особливостей та викликів індустрії моди;
- використання теоретичних знань для розвитку та впровадження ефективних маркетингових стратегій.
- набуття навичок застосування маркетингових комунікацій в галузі моди;

Завдання:

- вивчення теоретичних основ маркетингових стратегій в індустрії моди;
- вивчення методів створення та розвитку брендів в галузі моди;
- використання теоретичних знань для аналізу споживчих інтересів на модному ринку;
- вивчення сутності трендвотчингу та вплив трендів на моду;
- вивчення методів створення та розвитку брендів в галузі моди;
- формування розуміння особливостей ринку моди.

3. Структура навчальної дисципліни

№ п/п	Тема	Кількість годин				
		Всього годин	З них			
			Лекційні заняття	Семінарські заняття	Практичні заняття	Самостійна робота
1.	Сутність маркетингу. Індустрія моди.	10	4	1		5
1.1	Сутність маркетингу, його цілі і завдання	3	2	-	-	1
1.2	Маркетингове середовище фірми	6	2	1	-	3
1.3	Індустрія моди: сутність і специфіка товарів даного ринку	2	1	-	-	1
2	Сучасний маркетинг моди. Основні технології маркетингу моди.	16	6	6	-	4
2.1	Структура і базові сегменти fashion-індустрії світу	5	1	2	-	2
2.2	Тренди. Методи прогнозування трендів	4	1	1	-	2
2.3	Бренд. Поняття «Fashion брендинг»	2	1	1	-	-
2.4	Маркетингові технології в індустрії моди. Fashion PR	2	1	1	-	-
2.5	Основи мерчандайзингу в індустрії моди. Візуальний мерчандайзинг	3	2	1	-	-
3	Fashion-індустрія в Україні	4	2	1	-	1
3.1	Особливості української fashion-індустрії	2	1	1	-	-
3.2	Перспективи молодих українських брендів fashion-індустрії	2	1	-	-	1
Всього годин за курс:		30	12	8	-	10

4. Програма навчальної дисципліни

1. Сутність маркетингу. Індустрія моди.

Тема 1.1 Загальна характеристика маркетингу

Сутність маркетингу, його цілі і завдання. Основні принципи, види і типи маркетингу.

Самостійна робота (1 година):

- Процес прийняття маркетингового рішення

Тема 1.2 Маркетингове середовище фірми

Основні концепції маркетингу та їх особливості. Суб'єкти маркетингової діяльності. Основні галузі маркетингової діяльності. Основні елементи формування та задоволення попиту.

Семінарське заняття №1: Маркетингове середовище фірми та її фактори. Діагностика конкурентного середовища в системі маркетингу

Самостійна робота (3 години):

- Цілі та завдання маркетингових досліджень.
- Методи маркетингових досліджень,
- Основні напрямки маркетингових досліджень.

Тема 1.3 Індустрія моди: сутність і специфіка товарів даного ринку
Теорія моди. Індустрія моди. Об'єкти індустрії моди. Класифікація модних товарів. Перспективи розвитку економіки моди.

Самостійна робота (1 година):

- Тенденції на fashion—ринку з урахуванням маркетингової складової.

2. Сучасний маркетинг моди. Основні технології маркетингу моди.

Тема 2.1 Структура і базові сегменти fashion-індустрії світу

Базові сегменти fashion-індустрії: структура та професії індустрії моди; визначення Pret-a-Porter, HauteCouture, Cruise (resort), Capsulecollection, SS, Fall, Pre-fall, Mass-market (Fastfashion).

Семінарське заняття №2:

Світові особистості, як законотворці ключових базисів fashionіндустрії: Чарльз Ворт, Коко Шанель, Крістобаль Баленсиага, Ельза Скіапареллі, Ів Сен Лоран, Крістіан Діор, Пако Рабан.

Семінарське заняття №3:

Топові бренди індустрії моди різних сегментів: mass-market (бренди групи Inditex, H&M, Uniclo та ін.), Pret-a-Porter, HauteCouture, моно бренди (однієї товарної групи), бренди streetfashion

Самостійна робота (2 години):

- Сегментування ринку та вибір цільового сегменту.

- Маркетинг у формуванні закупівель на ринку модного одягу.

Тема 2.2 Тренди. Методи прогнозування трендів.

Тренди. Формування трендів. Методи прогнозування трендів. Формування трендів в швейній промисловості.

Семінарське заняття №4:

Трендвочінг. Передумови виникнення трендвочінгу. Основоположники трендвочінгу. Основні поняття трендвочінгового аналізу.

Самостійна робота (2 години):

- Тренди моди в швейній промисловості.
- Маркетингова інформація, методи її збору, обробки та аналізу.

Тема 2.3 Бренд. Поняття «Fashion брендинг»

Поняття бренду, «Fashion брендинг». Процеси та етапи створення бренду. Презентація і просування fashion бренду. Ключові складові просування бренду.

Семінарське заняття №5:

Поняття бренду, брендингу. Елементи фірмового стилю. Айдентика. Створення логотипів. Брендгайд. Брендбук.

Тема 2.4 Маркетингові технології в індустрії моди. Fashion PR

Інструменти маркетингових комунікацій в індустрії моди: програми лояльності і стимулювання збуту, реклама, акції, знижки, спеціальні пропозиції, таргет-маркетинг.

Семінарське заняття №6:

Просування Fashion бренду в інтернеті: соцмережі, контекстна та тизерна реклама, партнерські програми, SMM, CRM, E-mail маркетинг, медіа-планування, інтернет-магазини та маркет-плейси, ECommerceExport.

Інсайтери моди: видавці, баєри, стилісти, фотографи, маркетологи, стилісти, піарщики, блогери.

Самостійна робота (1 година):

- Маркетинг в умовах швидкої зміни колекцій.

Тема 2.5 Основи мерчандайзингу в індустрії моди

Основи мерчандайзингу в індустрії моди. Порівняльна характеристика мерчандайзингу у fashion-бізнесі та мерчандайзингу на ринку FMCG

Семінарське заняття №7:

Візуальний мерчандайзинг в індустрії моди: розміщення обладнання та товарів, освітлення магазину, закони зорового сприйняття товару, оформлення вітрин та експозицій.

3. Fashion-індустрія в Україні

Тема 3.1 Особливості української fashion-індустрії

Цілі та завдання української fashion-індустрії. Особливості та унікальність fashion-індустрії України. Прогнозування моди в українській fashion-індустрії

Семінарське заняття №8:

Бренди української fashion-індустрії : VORONIN, LAKE (KAMENSKAKONONOVA), LITKOVSKAYA, ZALEVSKIY, PODOLYAN, Оксана Караванська, ANNA K, NAI LU-NA, їх внесок у світову індустрію моди та унікальність.

Тема 3.2 Перспективи молодих українських брендів fashion-індустрії

Перспективи молодих українських брендів fashion-індустрії. Алгоритм дії для створення нового fashion-бренду.

Самостійна робота (1 година):

- Практичні рекомендації щодо створення успішного бренду модного одягу.

5. Поурочно-тематичний план

1	Кількість годин на тему	Назва теми	Кількість годин на урок	№ уроку	Назва теми уроку
1	2	3	4	5	6
ІІІ СЕМЕСТР					
1	6	Загальна характеристика маркетингу			
1.1	2	Сутність маркетингу, його цілі і завдання	2	1-2	Сутність маркетингу, його цілі і завдання. Основні принципи, види і типи маркетингу.
1.2	3	Маркетингове середовище фірми	2	3-4	Основні концепції маркетингу та їх особливості. Суб'єкти маркетингової діяльності. Основні галузі маркетингової діяльності. Основні елементи формування та задоволення попиту.
			1	5	Семінарське заняття №1: Маркетингове середовище фірми та її фактори. Діагностика конкурентного середовища в системі маркетингу
1.3	1	Індустрія моди: сутність і специфіка товарів даного ринку	1	6	Теорія моди. Індустрія моди. Об'єкти індустрії моди. Класифікація модних товарів. Перспективи розвитку економіки моди.
2	11	Сучасний маркетинг моди. Основні технології маркетингу моди.			
2.1	2	Структура і базові сегменти fashion- індустрії світу	1	7	Базові сегменти fashion-індустрії: структура та професії індустрії моди; визначення Pret-a-Porter, HauteCouture, Cruise (resort), Capsulecollection, SS, Fall, Pre-fall, Mass-market (Fastfashion).

			1	8	Семінарське заняття №4: Трендвочинг. Передумови виникнення трендовчінгу. Основоположники трендовчінгу. Основні поняття трендовчінгового аналізу.
2.2	2	Тренди. Методи прогнозування трендів	1	9	Тренди. Формування трендів. Методи прогнозування трендів. Формування трендів в швейній промисловості.
			1	10	Семінарське заняття №4: Трендвочинг. Передумови виникнення трендовчінгу. Основоположники трендовчінгу. Основні поняття трендовчінгового аналізу
2.3	2	Бренд. Поняття «Fashion брендинг»	1	11	Поняття бренду, «Fashion брендинг». Процеси та етапи створення бренду. Презентація і просування fashion бренду. Ключові складові просування бренду.
			1	12	Семінарське заняття №5: Поняття бренду, брендингу. Елементи фірмового стилю. Айдентика. Створення логотипів. Брендгайд. Брендбук
2.4	2	Маркетингові технології в індустрії моди. Fashion PR	1	13	Інструменти маркетингових комунікацій в індустрії моди: програми лояльності і стимулювання збуту, реклама, акції, знижки, спеціальні пропозиції, таргет- маркетинг.
			1	14	Семінарське заняття №6: Просування Fashion бренду в інтернеті: соцмережі, контекстна та тизерна реклама, партнерські програми, SMM, CRM, E-mail маркетинг, медіа-планування, інтернет-магазини та маркет-плейси, ECommerceExport. Інсайтери моди: видавці, баєри, стилісти, фотографи, маркетологи, стилісти, піарщики, блогери.

2.5	3	Основи мерчандайзингу в індустрії моди. Візуальний мерчандайзинг	2	15-16	Основи мерчандайзингу в індустрії моди. Порівняльна характеристика мерчандайзингу у fashion-бізнесі та мерчандайзингу на ринку FMCG
			1	17	Семінарське заняття №7: Візуальний мерчандайзинг в індустрії моди: розміщення обладнання та товарів, освітлення магазину, закони зорового сприйняття товару, оформлення вітрин та експозицій.
3	3	Fashion-індустрія в Україні			
3.1	2	Особливості української fashion-індустрії	1	18	Цілі та завдання української fashion-індустрії. Особливості та унікальність fashion-індустрії України. Прогнозування моди в українській fashion-індустрії
			1	19	Семінарське заняття №8: Бренди української fashion-індустрії : VORONIN, LAKE (KAMENSKAKONONOVA), LITKOVSKAYA, ZALEVSKIY, PODOLYAN, Оксана Караванська, ANNA K, NAI LU-NA, їх внесок у світову індустрію моди та унікальність.
3.2	1	Перспективи молодих українських брендів fashion-індустрії	1	20	Перспективи молодих українських брендів fashion-індустрії. Алгоритм дії для створення нового fashion-бренду.
Усього за III семестр: 20 годин					
Разом 20 годин					

6. Перелік компетентностей відповідно ОПП «Технології легкої промисловості»

Загальні компетентності:

- ЗК 3 Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 4 Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

Спеціальні компетентності:

- СК1 Здатність використовувати набуті знання для вирішення професійних задач.
- СК3 Здатність брати участь у розробці нових технологічних процесів з виробництва продукції виробів легкої промисловості.
- СК 4 Здатність організовувати заходи, спрямовані на покращення результатів власної діяльності і роботи інших.

7. Перелік результатів навчання відповідно ОПП «Технології легкої промисловості»

Результати навчання:

- РН 3 Володіти навичками професійної діяльності, що забезпечують кваліфіковану участь у вирішенні виробничих питань, на всіх етапах проектування виробів легкої промисловості.
- РН 4 Встановлювати промислові і споживчі вимоги до виробу, що проектується, згідно технічного завдання, маркетингових досліджень, технічних та організаційних характеристик підприємства.

8. Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів фахової передвищої освіти з навчальної дисципліни «Маркетинг в індустрії моди»

для підготовки фахових молодших бакалаврів
за спеціальністю 182 «Технології легкої промисловості»

Рівень навчальних досягнень учнів	Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень учнів
Незадовільно	2	Здобувач освіти відтворює незначну частку теми в тому вигляді і в тій послідовності, в якій вона була представлена на попередньому занятті; не знає суттєвих елементів навчального матеріалу, припускається глибоких помилок під час виконання практичного завдання

Задовільно	3	Здобувач освіти з допомогою викладача дає правильне визначення окремих понять маркетингу, індустрії моди; словесно описує економічні явища, вказує на деякі їх властивості; відтворює всю тему або її основну частину, ілюструючи відповідь власними прикладами за інструкцією, але припускається помилок у використанні понятійного апарату, дає недостатньо обґрунтовані відповіді, має недостатньо сформовані навички використання різних джерел інформації.
Добре	4	Здобувач освіти відтворює всю тему або її основну частину, ілюструючи відповідь власними прикладами за інструкцією, дає правильне визначення понять маркетингу, індустрії моди але має неточності у використанні понятійного апарату, вміє самостійно розв'язувати типові завдання, виправляти допущені помилки; використовувати різні джерела інформації, користуватися статистичним матеріалом; виявляє повне знання поставлених питань, але припускається логічної непослідовності, не може в повній мірі здійснити узагальнення або сформулювати власні оцінки щодо досліджуваних явищ.
Відмінно	5	Здобувач освіти вільно володіє навчальним матеріалом і обґрунтовано відповідає на запитання, передбачені навчальною програмою; самостійно аналізує і розкриває суть явищ і процесів в індустрії моди, узагальнює, систематизує, встановлює причинно-наслідкові зв'язки; користується джерелами додаткової інформації. Демонструє чітке володіння понятійним апаратом, вільно користується різними джерелами інформації. Розв'язує нестандартні ситуації; формулює висновки, уміє розв'язувати проблемні завдання; може впоратися з додатковими завданнями і непередбаченими ситуаціями, володіє життєвими навичками.

9. Очікувані результати навчання з дисципліни

В результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг в індустрії моди» здобувачі фахової передвищої освіти повинні:

знати:

- особливості та тренди в індустрії моди;
- методи створення та розвитку брендів в галузі моди;
- роль реклами, PR та інших маркетингових інструментів;
- стратегії маркетингу для різних сегментів ринку;

- сучасні технології в маркетингу моди;
- фактори, що впливають на прийняття рішень покупцями.

вміти:

- володіти стратегіями брендування;
- аналізувати успішні приклади брендів у світі моди;
- позиціонувати товари і бренди;
- використовувати цифрові технології та соціальні мережі у маркетингових стратегіях.

10. Методи контролю результатів навчання

Поточний контроль:

- фронтальне опитування;
- вибіркове усне опитування;
- письмове опитування;
- виконання тестових завдань;
- розв'язання ситуаційних задач;
- доповіді, презентації;

Проміжний контроль:

- проведення контрольних тестів;
- тематичне оцінювання;
- доповіді, презентації;
- робота в малих групах та робота в парах;
- захист проектів, творчих робіт.

Підсумковий контроль:

- семестрове оцінювання;
- річне оцінювання;
- залік.

11. Методи навчання

- лекції, бесіди, пояснення;
- використання опорних конспектів, структурнологічних схем;
- робота с текстовим матеріалом;
- дослідницький пошук за темами навчальної дисципліни;
- онлайн-уроки на платформах Zoom, Meet при дистанційному/змішаному навчанні;
- бліц-опитування.

12. Методичне забезпечення

- конспект лекцій;
- презентації;
- відеоролики;
- розроблені тести опитування;
- інтернет-ресурси;
- розроблені матеріали по курсу, які містяться в електронній бібліотеці ЧВПУ ПО;
- розроблені матеріали по курсу, які містяться в електронній бібліотеці на порталі “Всеосвіта”, “На Урок”, “Світ професій”.

13. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

Обладнання:

- 1) Персональний комп’ютер
 - Intel(R) Pentium (R) 4 CPU 3.00 GHz 3.01 ГГц, 0,99ГБ ОЗУ – 1 шт. (ПК викладача).
- 1) Ноутбук HP 245-G9 Notebook PC

Програмне забезпечення:

- для перевірки знань Google форми та онлайн-конструктор тестів LearningApps.org
- єдина корпоративна/освітня платформа Google Workspace for Education.

14. Рекомендована література

- 1.Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. Режим доступу: <http://surl.li/auodr>
2. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с. Режим доступу: <http://surl.li/drqtq>
3. Палига Є. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. П 14 Маркетинг : підруч. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с Режим доступу: <http://surl.li/ryyvg>

15. Інформаційні ресурси

1. Платформа Google-клас [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<https://classroom.google.com/w/NTQ1MDQ2MDk5NjA5/t/all>

2. Google Диск [Електронний ресурс].– Режим доступу:

<https://drive.google.com/drive/folders/112LvR4LKevnOQ03qmEreAgACcQbS9Gze?usp=sharing>

- 1 Маркетинг відт А до Я: 80 концепцій, які повинен знати кожний менеджер: навчальний посібник / Котлер Ф., Виноградов А.П., Чех А.А., - 7-е вид.. Альпіна Пабл., 2016. - 211 с.: Режим доступу: <http://znanium.com/catalog/product/851120>
- 2 Маркетинг в індустрії моди: можливості і особливості розвитку. Фоминичева Ганна. Практичний маркетинг №8 2012 рік **Режим доступу:**
- 3 Фролов І.В., Колосніченко М.В., Пашкевич К.Л. Особливості розробки бренду в умовах сучасної української fashion-індустрії. **Режим доступу:**
- 4 Індустрія моди. Режим доступу: <https://romaniya23.blogspot.com/p/blog-page.html>
- 5 Українська модна індустрія в глобальному світі. Режим доступу: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/ukrayinska-modna-industriya-v-hlobalnomu-sviti>
7. Мода в Україні. Режим доступу: <http://surl.li/rxlyyy>