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

Спеціальність	182 «Технології легкої промисловості»
Освітньо-професійна програма	Технології легкої промисловості
Навчальна дисципліна	Маркетинг в індустрії моди
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр з технологій легкої промисловості
Статус дисципліни	Освітні компоненти вільного вибору
Мова викладання	Українська
Курс/ семестр	2 курс 3 семестр
Кількість кредитів	1 кредит
Розділ за видами занять та годинами навчання	Всього – 30 годин
	Лекційні заняття – 12 годин
	Семінарські заняття – 8 години
	Самостійна робота – 10 годин
Метод підсумкового контролю	Залік
Викладач	
Контактна інформація викладача	
Мета навчальної дисципліни	формування у здобувачів освіти теоретичних знань та практичних навичок з маркетингу в індустрії моди; використання теоретичних знань для розвитку та впровадження ефективних маркетингових стратегій; формування розуміння особливостей та викликів індустрії моди; набуття навичок застосування маркетингових комунікацій в галузі моди;

Вимоги для осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	- повна загальна середня освіта, - професійна (професійно-технічна освіта), освітньо-професійний рівень кваліфікованого робітника
Методичне забезпечення	конспект лекцій; презентації; відеоролики; розроблені тести опитування; інтернет-ресурси; методичні посібники;
Матеріально-технічне забезпечення	Персональний комп'ютер, ноутбук, ресурси електронної бібліотеки.
Зміст навчальної дисципліни	**1.Сутність маркетингу. Індустрія моди.** Сутність маркетингу, його цілі і завдання. Основні принципи, види і типи маркетингу. Основні концепції маркетингу та їх особливості. Суб'єкти маркетингової діяльності. Основні галузі маркетингової діяльності. Основні елементи формування та задоволення попиту.аркетингове середовище фірми та її фактори. Діагностика конкурентного середовища в системі маркетингу. Теорія моди. Індустрія моди. Об'єкти індустрії моди. Класифікація модних товарів. Перспективи розвитку економіки моди. 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). Світові особистості, як законотворці ключових базисів fashioniндустрії: Чарльз Ворт, Коко Шанель, Крістобаль Баленсіага, Ельза Скіапареллі, Ів Сен Лоран, Крістіан Діор, Пако Рабан. 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. Тренди. Формування трендів. Методи прогнозування трендів. Формування трендів в швейній промисловості. Трендвочинг. Передумови виникнення трендвочінгу. Основоположники трендвочінгу. Основні поняття трендвочінгового аналізу. Поняття бренду, «Fashion брендинг». Процеси та етапи створення бренду. Презентація і просування fashion бренду. Ключові складові просування бренду. Поняття брендингу. Елементи фірмового стилю. Айдентика.

	Створення логотипів. Брендгайд. Брендбук. 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. 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. Інсайдери моди: видавці, баєри, стилісти, фотографи, маркетологи, стилісти, піарщики, блогери. Основи мерчандайзингу в індустрії моди. Порівняльна характеристика мерчандайзингу у fashion-бізнесі та мерчандайзингу на ринку FMCG Візуальний мерчандайзинг в індустрії моди: розміщення обладнання та товарів, освітлення магазину, закони зорового сприйняття товару, оформлення вітрин та експозицій. **Тема 3 Fashion-індустрія в Україні.** Особливості української fashion-індустрії. Цілі та завдання української fashion-індустрії. Особливості та унікальність fashion-індустрії України. Прогнозування моди в українській fashion-індустрії 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. Перспективи молодих українських брендів fashion-індустрії. Алгоритм дії для створення нового fashion-бренду.
Методи навчання	лекції, бесіди, пояснення; практичний показ/демонстрація; навчання з навчально/методичною літературою; відеоконференції; онлайн-уроки Google Classroom, Zoom при дистанційному/змішаному навчанні; семінарські заняття
Поточний контроль	фронтальне опитування;вибіркове усне опитування; письмове опитування; виконання тестових завдань; розв’язання ситуаційних задач; захист проектів, творчих робіт; доповіді, презентації; виконання завдань самостійного опрацювання
Підсумковий контроль	семестрове оцінювання, річне оцінювання, залік.
Компетенції	**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.
Результати навчання	- РН 3 Володіти навичками професійної діяльності, що забезпечують кваліфіковану участь у вирішенні виробничих питань. - РН 4 Встановлювати промислові і споживчі вимоги до виробу, що проектується, згідно технічного завдання, маркетингових досліджень, технічних та організаційних характеристик підприємства.
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/drqtx 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
Посилання на електронний ресурс навчальної дисципліни	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**
Політика навчальної дисципліни	Викладання навчальної дисципліни грунтується на засадах академічної доброчесності. Положення про академічну доброчесність у ДПТНЗ «Чернігівське вище професійне училище побутового обслуговування» **https://4vpupo.org.ua/download/public/dobrochesn.pdf**

Розглянуто та погоджено на засіданні циклової комісії «Суспільних та соціально-економічних дисциплін»
Протокол № 1 від «29» серпня 2023 року

Голова циклової комісії _____ _Наталія АСТРАТЯН
(підпис) (Ім'я ПРІЗВИЩЕ)