

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 21 » февраля 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.08

Современные проблемы моды

Учебный план: 2023-2024 42.03.01 ИБК РиСО ЗАО №1-3-129.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

| Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа обучающихся | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоё мкость, ЗЕТ | Форма промежуточной аттестации | |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|---------|
| | Лекции | Практ. занятия | | | | | |
| 4 | УП | 8 | 4 | 159 | 9 | 5 | Экзамен |
| | РПД | 8 | 4 | 159 | 9 | 5 | |
| Итого | УП | 8 | 4 | 159 | 9 | 5 | |
| | РПД | 8 | 4 | 159 | 9 | 5 | |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат психологических наук, Доцент

Гордиенко Наталия
Николаевна

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области современной проблематики сферы моды.

1.2 Задачи дисциплины:

раскрыть специфику развития современной индустрии моды;
выделить ряд актуальных проблем современной сферы моды;
сформировать представление об основных проблемах и тенденциях развития современной моды;
сформировать представление о развитии современных технологий и инструментов продвижения в сфере моды;

показать специфику и проблемы подготовки специалистов сферы моды на современном этапе.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- История и теория модной индустрии
- Комплексные исследования в отрасли
- Основы визуальной культуры
- Профессиональное портфолио в сфере дизайна и моды
- Реклама и связи с общественностью в сфере культуры и искусств
- Введение в историю дизайна и искусств
- Деловой иностранный язык
- Корпоративные коммуникации
- Организация и проведение специальных мероприятий
- Основы теории коммуникации
- Деловые коммуникации в профессиональной деятельности
- Основы цифровых коммуникаций
- Фирменный стиль и основы дизайна
- Основы брендинга
- Введение в коммуникационные специальности
- История литературы и искусства
- Основы проектной деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4: Способен подготавливать к публикации собственные материалы в сфере дизайна и моды

Знать: специфику и основную проблематику современного этапа развития художественно- проективной деятельности в коммуникационном аспекте.

Уметь: ориентироваться в концепциях, практиках, стилях и форматах современной художественно-проективной деятельности, способен к редактированию конечного коммуникационного продукта.

Владеть: навыком проектирования и основами редактирования, выбора инструментов коммуникаций для избранной сферы.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий | Семестр (курс для ЗАО) | Контактная работа | | СР (часы) | Инновац. формы занятий |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
| | | Лек. (часы) | Пр. (часы) | | |
| Раздел 1. Мода на современном этапе: актуальное состояние и перспективы | 4 | | | | |
| Тема 1. Введение. Мода как феномен культуры. Генеалогия моды как коллективно значимого феномена. Мода как индустрия. Функции современной моды. Проблематика моды на рубеже XX-XXI вв. Современное состояние индустрии моды. Современные «герои» моды (персоналии, трендсеттеры). Мода и субкультуры: битники, хиппи, панки, рокеры. Молодежная мода. Стереотипы. Хантеры. Мейкеры. Явление «уличной моды» (street fashion) и стритарт. Стайлинг. Практическое занятие: «Мода как стиль жизни». | | 1 | 1 | 13 | |
| Тема 2. Мода в пространстве глобальных социальных и экономических изменений современного мира. Проблемы моды в связи с распространением нового вируса Covid-19. Сознание и мода: ключевые направления ценностно-смысловых изменений. Специфика поведения современных потребителей как ответ на новый кризис. Современные проблемы развития моды в России (примеры успешных дизайнерских брендов – Татьяна Парфенова, Alexander Bogdanov и др.). Практическое занятие: «Анализ перспектив развития моды на современном этапе в России и за рубежом». | | 0,5 | 1 | 14 | ГД |
| Раздел 2. Психологические аспекты современной моды: актуальные проблемы. | | | | | |

| | | | | |
|---|-----|---|----|----|
| <p>Тема 3. Проблема психологии современного потребителя: компаративные исследования на базе международных выставок индустрии моды в г. Милане. Психологические аспекты петербургских покупателей (в контексте отношения молодежи к итальянскому продукту «Il Centimetro»). Процессы формирования моды и её влияние на психологию детей. Результаты исследования модных предложений и потребительских предпочтений рынка подростковой и юношеской одежды. Архетипы в рекламе индустрии моды. Прогнозирование трендов в модной индустрии. Теории возникновения и распространения модных тенденций. Работа «трендсеттеров» и «бюро стиля». Трендхантеры. Трендборд. Цветовой прогноз. Покупательский спрос. Байеры. Практическое занятие: «Учет психологии потребителей при создании дизайнерского бренда».</p> | 0,5 | | 12 | |
| <p>Тема 4. Современные тенденции социальной ориентации дизайн- мышления: поиск равновесия в изменяющемся. Дизайнер как генератор ценностей современной моды. Рефлексивный опыт исследования креативности в профессиональной деятельности. Проблема креативности в современной моде. Практическое занятие: «Социальные проблемы в новых коллекциях модных дизайнеров».</p> | | 1 | 12 | ГД |
| <p>Раздел 3. Коммуникации и медиа в индустрии моды: новые вызовы.</p> | | | | |
| <p>Тема 5. Современные аспекты коммуникаций в моде. Модный идеал в эпоху цифровых медиа. Специфика рекламных коммуникаций современности в контексте моды на телесную ориентированность. Профессиональная коммуникация как механизм исследования дизайнерского бренда в формате международных выставок fashion индустрии (на примере Недели Моды в г. Милане). Проблемы подготовки современных специалистов индустрии моды в аспекте готовности к международной коммуникации. Стажировка как эффективный инструмент подготовки специалиста (на примере проектов Лаборатории психологии и коммуникаций в сфере моды). Проблемы профессиональной коммуникации будущих специалистов в сфере моды (на примере участия студентов в организации Недели Моды в Хельсинки). Практическое занятие: «Специфика коммуникационных стратегий в современной индустрии моды».</p> | 0,5 | | 24 | |

| | | | | | |
|--|--|--|-----|----|----|
| <p>Тема 6. Инструменты продвижения в современной индустрии моды. Международные выставки как эффективный инструмент продвижения дизайнерских брендов (на примере деятельности «SUPER», «WHITE Milano», «TheOneMilano» - г. Милан, «Who's Next» (г. Париж), «Индустрия Моды» (г. Санкт-Петербург) и др. Изменения в формате деятельности выставок индустрии моды в связи с Covid-19. Роль и возможности гляцевых журналов в формировании имиджа модного и дизайн-бренда. Проблема исчезновения традиционного формата изданий в связи с использованием современных технологий. Ведущие медиа-носители для индустрии моды, их преимущества и недостатки. Ведущие "модные" и дизайн-рекламодатели России и мира. Модные показы и пандемия. Позиционирование: к маркетингу от биологии сознания человека. Практическое занятие: «Продвижение брендов люксового сегмента индустрии моды».</p> | | | 0,5 | 12 | ГД |
| <p>Раздел 4. Современные проблемы модной индустрии и основные направления развития моды.</p> | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|----|----|
| <p>Тема 7. Устойчивая мода как ответ на глобальные экологические проблемы. История возникновения «экологического подхода» в моде. Различные подходы к проблеме устойчивой моды. Устойчивость и креативность в моде. Опыт Финляндии (на примере Недели Моды в г. Хельсинки и деятельности финских научно-исследовательских организаций, а также предприятий. 5 ключей к устойчивости. Международная выставка «WHITE Milano» как инструмент развития устойчивой моды. Проблемы устойчивой моды в России и за рубежом. Примеры дизайнерских брендов, в основе деятельности которых, – концепция устойчивости (Ольга Глаголева, Olga Kolvakh и др.). Gucci, Dior, Guerlain, Ralf Loren – примеры устойчивости. Экологизация потребления. Идея минимального гардероба. Экологичные технологии и материалы. Современные концепции эко-моды. Анализ эффективного применения технологий в развитии устойчивой моды (на примере конкретных итальянских дизайнерских брендов)». «» в дизайне и моде. Экологизация потребления. Принципы эко-дизайна. Рисайклинг (вторичное использование) в дизайне. Экологический стиль в дизайне мебели, интерьера, моды, предметном и промышленном дизайне, архитектуре. Скандинавский стиль в дизайне. Экологическая маркировка товаров и упаковки. Идея минимального гардероба. Экологичные технологии и материалы. Современные концепции эко-моды. Экологическое направление в дизайне и моде.</p> | | | | 18 | НИ |
| <p>Тема 8. Технологии решения экологических проблем в индустрии моды. Технологии сбережения экологии в индустрии моды: технологии очистки, оборотные технологии, технологии повторной переработки. Экологически ответственное производство и потребление. Изменение приоритетов в потреблении модного продукта. Организационные решения компаний. Анализ эффективного применения технологий в развитии устойчивой моды (на примере российских дизайнерских брендов</p> | | | | 18 | |
| <p>Тема 9. Проблема развития современных технологий в сфере моды: традиции и современность. Опыт разработки и использования современных технологий (на примере предприятий индустрии моды Италии, Франции, Финляндии – Novaresin S.P.A., TVC-Group, Dior и др.). Нетрадиционные материалы и технологии в современной моде (на примере Италии, Франции, Беларуси и др.). «Made in Italy» малые и средние предприятия: успешные бизнес-кейсы (Cardinalini S.P.A. и др.).</p> | | | | 8 | |

| | | | | |
|---|------|---|-------|----|
| Тема 10. Инновационные материалы и технологии в современной моде. Мода на материалы в дизайне: актуальное состояние и прогноз. Мода на материалы в дизайне. | | | 6 | |
| Тема 11. Цифровизация в моде: необходимость и противоречия. Мода люксового сегмента и аватары (опыт исследователей Великобритании). Современные технологии в индустрии моды на примере брендов сегмента «люкс» (опыт группы LVMN). Примеры использования цифровых технологий в сфере моды в России | | | 6 | |
| Тема 12. Диалог старого и нового в моде. Ретро-стиль в моде. Метод цитат и стилизации как формообразующая структура в моде. Термин «vintage». Как отличить подлинный винтаж от стилизации. Китч в моде. История развития понятия «китч»; китч в XXI веке. Китч в коллекциях российских и зарубежных модельеров. Ретро-стиль в моде | 3 | | 8 | |
| Тема 13. Проблема плагиата и авторского права в моде. Пиратство в моде. Премия Plagiarius Award. Феномен «быстрой моды» (H&M, Zara и др.). Проблема защиты авторских прав. Логомания. Проблема защиты авторских прав в дизайне и модной индустрии (примеры из зарубежной практики). Защита торговой марки и интеллектуальной собственности. Проблема защиты авторских прав в модной индустрии | 3 | | 8 | ГД |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО) | 8 | 4 | 159 | |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен) | 2,5 | | 6,5 | |
| Всего контактная работа и СР по дисциплине | 14,5 | | 165,5 | |

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

| Код компетенции | Показатели оценивания результатов обучения | Наименование оценочного средства |
|-----------------|---|---|
| ПК-4 | Раскрывает основные теории моды, описывает ключевые тенденции и проблемы развития моды. Представляет аналитический обзор основных исследовательских тенденций одной из проблем моды выявляет и анализирует современные тенденции моды, создает авторские аналитические материалы. | Вопросы к устному собеседованию Практико-ориентированные задания |

5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|------------------|--|-------------------|
| | Устное собеседование | Письменная работа |
| 5 (отлично) | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в | |

| | | |
|-------------------------|--|--|
| | оцениваемой области. Творческий, оригинальный подход к материалу. | |
| 4 (хорошо) | Ответ полный, в нем продемонстрировано знание всех материалов дисциплины, но при этом обнаружено их недостаточное концептуальное понимание. | |
| 3 (удовлетворительно) | <p>Ответ воспроизводит лекционные материалы без их личного понимания. Источники по соответствующей тематике освоены частично.</p> <p>Продemonстрировано ошибочное понимание материалов и недостаточный уровень знаний по некоторым темам. Существенные для изученного материала положения излагаются фрагментарно, с существенными нарушениями связности их смыслов.</p> <p>Ответ демонстрирует ограниченное знания по проблемам дисциплины.</p> <p>Существенные для изученного материала положения излагаются фрагментарно, с существенными нарушениями связности их смыслов.</p> | |
| 2 (неудовлетворительно) | <p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений дисциплины. Многочисленные грубые ошибки.</p> <p>Непонимание заданного вопроса.</p> <p>Отсутствие понимания даже отдельных проблем дисциплины.</p> <p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p> | |

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

| № п/п | Формулировки вопросов |
|--------|--|
| Курс 4 | |
| 1 | Основные функции современной моды. |
| 2 | Основные тенденции развития моды в первые десятилетия XXI века. |
| 3 | Клише дискурса моды (ситуация, время, место, социо-профессиональная идентичность). |
| 4 | Дискурс моды и антропологические константы (характер, пол, тело, возраст). |
| 5 | Проблемы индустрии моды в связи с распространением нового вируса - Covid-19. |
| 6 | Мода и дискурс в трактовке Р. Барта. |
| 7 | Семиологический анализ моды Р. Барта. |
| 8 | Мода как тренажер субъективности: мода, культура удовольствия, свобода в концепции Ж. |
| 9 | Природа влечения к моде. |
| 10 | Мода и игра означающих (Ж. Бодрийяр). |
| 11 | Основы института моды в концепции Т. Веблена. |
| 12 | Мода и социальное в трактовке Г. Зиммеля. |
| 13 | Мода и идеология. |
| 14 | Мода как интегральный феномен современности. |
| 15 | Рождение «моды для жизни» и ее влияние на мир моды. |
| 16 | Революция прет-а-порте (множественность моды, метаморфозы фирменной марки, молодежная эстетика). |

| | |
|----|--|
| 17 | Основные фигуры моды первой половины XX столетия (Пуаре, Шанель, Скиапарелли, Вионне, Диор и др.): их вклад в эволюцию моды. |
| 18 | Законодатели моды прекрасной эпохи (Ч. Ф. Уорт, Ж. Дусе и др.). |
| 19 | Начальная генеалогия и эволюция модных домов. |
| 20 | Дендизм и его судьба в современной культуре. |
| 21 | Элегантность как образ жизни: эпоха «чувства элегантности». |
| 22 | Мода как инструмент соперничества классов. |
| 23 | Мода как элитарный и массовый феномен (от аристократической моды к модному среднему классу). |
| 24 | Социокультурная генеалогия моды и ее основные субъекты (модистка / буржуа / массовый человек). |
| 25 | Рождение моды в западноевропейской культуре. |
| 26 | Конструирование «модного феномена»: основные компоненты. |
| 27 | Генезис и статус в современном гуманитарном знании теории моды. |
| 28 | Понятие «моды»: происхождение, основные значения. |
| 29 | Направления ценностно-смысловых изменений в сознании современных потребителей. |
| 30 | Психологические аспекты поведения современного потребителя. |

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс

Тема. Экологическое направление в моде.

Экологическое направление в дизайне и моде становится условием конкурентного преимущества в современном бизнесе. Благодаря совершенствованию и разработке новых современных экологических материалов дизайн открывает широкие возможности материализации эстетических идей и концепций эко-моды.

Задание. На конкретных материалах (журналы, дизайн-проекты, реклама) показать перспективы и возможности применения современных экологических материалов и примеры эко-моды. Для этого в презентации необходимо сформулировать требования к экологическим материалам и концепциям эко-моды.

Подобрать примеры экологической маркировки товаров и упаковки.

Какие актуальные проблемы и задачи удалось решить проектантам?

Кейс 1

Задание. На конкретных материалах (журналы, дизайн-проекты, реклама, материалы международной выставки «WHITE Milano») показать перспективы и возможности применения современных материалов и технологий в эко-моды. В презентации необходимо указать конкретные бренды и примеры использования технологий и материалов.

Кейс 2.

Тема: «Международные выставки как эффективный инструмент продвижения дизайнерских брендов».

Задание. Используя официальные сайты международных выставок «SUPER», «WHITE Milano», «TheOneMilano» - г. Милан, «Who's Next» (г. Париж), «Индустрия Моды» (г. Санкт-Петербург) и др., подготовить презентацию с анализом технологий продвижения (на примере конкретных брендов) с учетом специфики каждой выставки. Проанализировать изменения в формате деятельности выставок индустрии моды в связи с Covid-19.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная + Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочники и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу.

На подготовку к ответу по вопросам экзамена обучающемуся дается 35 минут. При ответе на вопросы экзамена обучающийся должен быть способен связно излагать (а не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя, тематически связанные с его заданием.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|--|---|---------------------------|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Ульяновский, А. В. | Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев | Москва: Ай Пи Ар Медиа | 2021 | http://www.iprbookshop.ru/101352.html |
| Шпаковский, В. О., Егорова, Е. С. | PR-дизайн и PR-продвижение | Москва: Инфра-Инженерия | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/78249.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Титова М. Н., Любименко А. И. | Бизнес в сфере модной индустрии и мерчендайзинг | Санкт-Петербург: СПбГУПТД | 2020 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202047 |
| Каллагова Инга | Образ и стиль. Влияние психотипов на эволюцию моды | Москва: Прогресс-Традиция | 2020 | https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=373471 |

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. УПортал для официального опубликования стандартов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. URL: <http://standard.gost.ru/wps/portal/RL>: <https://www.restko.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Аудитория | Оснащение |
|----------------------|---|
| Лекционная аудитория | Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска |
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду |