

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.03**

Менеджмент индустрии моды и арт-объектов

Учебный план: 2025-2026 38.04.02 ИБК Мен инд моды и арт-объектов ОО №2-1-64.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:  
(специальность) 38.04.02 Менеджмент

Профиль подготовки: 38.04.02 Менеджмент индустрии моды и арт-объектов  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоё<br>мкость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|--------------------------|--------------------------------------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                          |                                      |
| 2                         | УП                               | 17                | 17             | 73,75             | 0,25                     | Зачет                                |
|                           | РПД                              | 17                | 17             | 73,75             | 0,25                     |                                      |
| 3                         | УП                               | 16                | 16             | 85                | 27                       | Экзамен                              |
|                           | РПД                              | 16                | 16             | 85                | 27                       |                                      |
| Итого                     | УП                               | 33                | 33             | 158,75            | 27,25                    |                                      |
|                           | РПД                              | 33                | 33             | 158,75            | 27,25                    |                                      |

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952

Составитель (и):

доктор экономических наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Титова М.Н.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

\_\_\_\_\_

Титова Марина Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Титова Марина Николаевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области менеджмента индустрии моды и арт-бизнеса

**1.2 Задачи дисциплины:**

Рассмотреть особенности формирования спроса с учетом специфики бизнеса;  
раскрыть принципы формирования конкурентоспособности предприятий данной сферы бизнеса;  
обосновать специфику бизнес-модели в индустрии моды и арт-бизнесе

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

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

Бизнес-моделирование инновационных направлений деятельности

Мировые культуры и межкультурные коммуникации

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|   |
|---|
| <b>ПК-1: Способен разрабатывать стратегии технологической модернизации производства с учетом выбранной продуктовой стратегии</b>  |
| <b>Знать:</b> Стратегические модели роста, расширения, диверсификации организаций индустрии моды и арт-сферы  |
| <b>Уметь:</b> Использовать законы естественно-научных дисциплин в профессиональной деятельности и применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятностей, математической статистики, системного анализа для принятия решений в области стратегического и тактического планирования и организации производства  |
| <b>Владеть:</b> Навыками организации производственно-хозяйственной деятельности на основе широкого использования новейшей техники и технологии, прогрессивных форм управления и организации труда, научно обоснованных нормативов материальных, финансовых и трудовых затрат, изучения конъюнктуры рынка и передового опыта (отечественного и зарубежного) в целях всемерного повышения технического уровня и качества продукции (услуг), экономической эффективности производства, рационального использования производственных резервов и экономного расходования всех видов ресурсов |
| <b>ПК-3: Способен разрабатывать план внешнеэкономической деятельности организации и осуществлять контроль его выполнения</b>  |
| <b>Знать:</b> Принципы и основы планирования деятельности субъектов с учетом современных особенностей развития мирового рынка искусства и моды  |
| <b>Уметь:</b> Создавать концептуальные основы создания коллекций, брендинга и мерчендайзинга в индустрии моды.  |
| <b>Владеть:</b> Навыками планирования выхода организации на внешние рынки   |
| <b>ПК-5: Способен разрабатывать и внедрять методики и регламенты трансформации процессной архитектуры организации</b>   |
| <b>Знать:</b> Основы функционирования организации в сфере искусства и моды, ее разновидности и структура  |
| <b>Уметь:</b> - Планировать деятельность субъектов с учетом современных особенностей развития мирового рынка искусства  |
| <b>Владеть:</b> Владеть - Навыками разработки структуры субъектов арт-рынка и индустрии моды  |
| <b>ПК-4: Способен организовывать работы по внешнеэкономической деятельности</b>   |
| <b>Знать:</b> Методологические основы проведения логистико-ориентированного анализа системы и среды ее функционирования   |
| <b>Уметь:</b> Контролировать выполнение внешнеэкономических сделок, координировать участников проектов  |
| <b>Владеть:</b> Навыками использования инструментов организации деятельности субъекта на рынке индустрии моды и искусства   |
| <b>ПК-7: Способен оценивать целесообразность реализации инновационного проекта</b>  |
| <b>Знать:</b> Особенности индустрии моды как подсистемы бизнеса, экономики, спроса; направления деятельности в модном бизнесе   |
| <b>Уметь:</b> Прогнозировать модные тенденции и тенденции развития арт-рынка, тенденции экологически-ответственного потребления   |
| <b>Владеть:</b> Практическими навыками сегментации мирового Fashion- и арт-рынка и формирования стоимости предметов моды и искусства  |
| <b>ПК-8: Способен проводить анализ системы процессного управления организации для целей ее проектирования, усовершенствования и внедрения</b>   |
| <b>Знать:</b> Закономерности развития менеджмента как системы и существенные характеристики менеджмента XXI века  |
| <b>Уметь:</b> Анализировать особенности спроса на рынке модных товаров.   |
| <b>Владеть:</b> Навыками оценки эффективности деятельности субъектов арт-рынка и индустрии моды   |

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий   | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий | Форма<br>текущего<br>контроля |
|---|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|-------------------------------|
|   |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |                               |
| Раздел 1. Существенные признаки индустрии моды и арт-объектов как видов деятельности. Особенности менеджмента индустрии моды и арт-объектов   | 2                         |                   |               |              |                              | O                             |
| Тема 1. Направления деятельности в модном бизнесе. Специфика услуг, индивидуализация работ. Особенности организации работ в сфере услуг   |                           | 3                 | 3             | 15           | AC                           |                               |
| Тема 2. Конкуренция и конкурентные преимущества на мировом рынке искусства и моды   |                           | 3                 | 3             | 15           | AC                           |                               |
| Раздел 2. Особенности спроса в индустрии моды и арт-бизнесе   |                           |                   |               |              |                              | O                             |
| Тема 3. Классификации спроса. Функциональный спрос. Нефункциональный спрос.   |                           | 4                 | 4             | 18           |                              |                               |
| Тема 4. Эффекты Харви Лейбенштейна. Эффект присоединения к большинству Эффект Веблена. Эффект сноба.  |                           | 4                 | 4             | 15           | AC                           |                               |
| Тема 5. Мотивация приобретения ассортиментных категорий индустрии моды и арт-объектов   |                           | 3                 | 3             | 10,75        |                              |                               |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   |                           | 17                | 17            | 73,75        |                              |                               |
| Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)   |                           | 0,25              |               |              |                              |                               |
| Раздел 3. Рыночные подсистемы индустрии моды и арт-объектов: общая характеристика   |                           | 3                 |               |              |                              |                               |
| Тема 6. Haute-couture, Pret-a-porter, Pret-a-porter de luxe, Diffusion brands, Pronto-moda, Mass market   | 4                         |                   | 4             | 12           | AC                           |                               |
| Тема 7. Классификация арт-объектов по уровню художественной ценности и индивидуализации спроса  | 4                         |                   | 4             | 15           | AC                           |                               |
| Раздел 4. Маркетинговое управление объектами дизайна  |                           |                   |               |              |                              | O                             |
| Тема 8. Система 4P, Джерома Маккарти, 6P Джеффа Уинспера, 7P или 7 принципов проектирования объектов дизайна Вадима Григорьяна и Франсин Эспинозы Петерсон, 8P маркетинга люксового бренда Рохита Ароры | 2                         |                   | 2             | 22           |                              |                               |
| Тема 9. Ассортиментная стратегия на основе БКГ. Выбор ассортимента на основе планирования затрат и результатов  | 3                         |                   | 3             | 20           |                              |                               |
| Тема 10. Международный опыт организации бизнеса в арт-фэшн бизнесе  | 3                         |                   | 3             | 16           | AC                           |                               |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)   | 16                        |                   | 16            | 85           |                              |                               |
| Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)   | 2,5                       |                   | 24,5          |              |                              |                               |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>   |                           |                   | 68,75         | 183,25       |                              |                               |

#### 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-1            | Излагает закономерности развития арт- фэшн рынка<br>адаптирует стандартные методы стратегического и тактического планирования к специфике арт-фэшн бизнеса<br>Применяет инструменты ,рекомендованных НТИ  | Перечень вопросов для устного собеседования<br>Практико- – ориентированные задания |
| ПК-3            | Перечисляет тенденции развития мирового рынка искусства и моды<br>Анализирует эффективность применения алгоритмов брендинга и мерчендайзинга<br>Обосновывает условия выхода организации на рынок  | Перечень вопросов для устного собеседования<br>Практико- – ориентированные задания |
| ПК-4            | Излагает актуализированные основы логистического анализа цепочки создания стоимости<br>Проектирует структуру внешнеэкономических сделок, осуществляет выбор акторов.<br>Проводит организационные мероприятия деятельности в территориально разобщенной среде                | Перечень вопросов для устного собеседования<br>Практико- – ориентированные задания |
| ПК-5            | Перечисляет функциональные особенности организаций арт- фэшн бизнеса и искусства<br>Организовывает выполнение этапов управленческого цикла на основе современных технологий<br>Планирует сетевое взаимодействие акторов рынка   | Перечень вопросов для устного собеседования<br>Практико- – ориентированные задания |
| ПК-7            | Характеризует основные тенденции развития рынка моды, дизайна и искусства<br>Обосновывает стратегические концепции на основе прогностических подходов<br>Демонстрирует навыки установления взаимосвязи рынков искусства, дизайна, моды с целью последующего сегментирования | Перечень вопросов для устного собеседования<br>Практико- – ориентированные задания |
| ПК-8            | Перечисляет общие закономерности и специфические особенности менеджмента в условиях цифровизации<br>Применяет систему методов анализа спроса на рынке искусства и арт-фэшн би<br>Делает расчеты показателей оценки эффективности по этапам жизненного цикла организации     | Перечень вопросов для устного собеседования<br>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, демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. |                   |
|                  | Используются специальные термины и профессиональная лексика.<br>Сделаны выводы и обобщения.<br>Информация актуализирована.                                       |                   |

|                         |  |  |
|-------------------------|--|--|
| 4 (хорошо)              | <p>Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.</p> <p>Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки</p>   |  |
| 3 (удовлетворительно)   | <p>Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой.</p> <p>Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Не используется / используется ошибочно профессиональная лексика.</p> <p>Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам</p>  |  |
| 2 (неудовлетворительно) | <p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины.</p> <p>Многочисленные грубые ошибки.</p> <p>Непонимание заданного вопроса.</p> <p>Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины.</p> <p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).</p>                 |  |
| Зачтено                 | <p>Обучающийся показывает всестороннее, систематическое и глубокое знание основного и дополнительного учебного материала, умеет свободно выполнять тестовое и практическое задание.</p> <p>Усвоил основную и знаком с дополнительной рекомендованной литературой; может объяснить взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для последующей профессиональной деятельности; проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала.</p> |  |
| Не зачтено              | <p>Обучающийся не имеет достаточного уровня знания дисциплины; плохо ориентируется в основных понятиях и определениях; плохо знаком с основной литературой; допускает при ответе на зачете существенные ошибки и не может устранить их даже под руководством преподавателя</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  |
|-----------|--|
| Семестр 2 |  |
| 1         | Особенности рынка услуг, индивидуализированных работ, тенденции развития |
| 2         | Особенности организации работ и менеджмента в сфере услуг                |
| 3         | Организационные формы бизнеса в сфере индустрии моды                     |
| 4         | Организационные формы бизнеса в сфере арт-бизнеса                        |

|           |   |
|-----------|---|
| 5         | Функциональный спрос  |
| 6         | Нефункциональный спрос  |
| 7         | Эффекты Харви Лейбенштейна  |
| 8         | Кривые безразличия Харви Лейбенштейна   |
| 9         | Эффект присоединения к большинству. Эффект Веблена. Эффект сноба. Элитарная мотивация   |
| 10        | Рыночные классификации уровня сложности и индивидуализации результатов деятельности . Haute-couture, Pret-a-porter, Pret-a-porter de luxe |
| 11        | Рыночные классификации уровня сложности и индивидуализации результатов деятельности . Diffusion brands, Pronto-moda, Mass market          |
| 12        | Рыночные классификации уровня сложности и индивидуализации результатов деятельности арт-бизнеса   |
| 13        | Классификация инновационных стратегий   |
| 14        | Анализ рынка новых материалов   |
| 15        | Экономические характеристики инновационного процесса  |
| 16        | Прогнозирование направлений и оценка эффективности инновационной деятельности   |
| 17        | Календарные характеристики осваиваемости новых технологий, материалов, ассортимента   |
| 18        | Жизненный цикл инноваций, риски и заимствования   |
| 19        | Цепочка ценности и условия ее формирования  |
| Семестр 3 |   |
| 20        | Экономический потенциал дизайна   |
| 21        | Дизайн как нематериальный актив конкурентоспособности   |
| 22        | Конкуренция на мировом рынке искусства и моды   |
| 23        | Конкурентные преимущества на мировом рынке искусства и моды   |
| 24        | Конкуренция брендов и личности на мировом рынке искусства и моды  |
| 25        | Ассортиментная стратегия на основе БКГ. Модифицированная модель БКГ   |
| 26        | Управление ассортиментом на основе планирования затрат и результатов  |
| 27        | Ассортиментная стратегия на основе показателей рентабельности   |
| 28        | Выбор ассортимента на основе многовариантного планирования затрат   |
| 29        | Модель 4Р и особенности ее применения а арт- фэшн бизнесе   |
| 30        | Модель 5Р и особенности ее применения а арт- фэшн бизнесе   |
| 31        | Модель 7Р и особенности ее применения а арт- фэшн бизнесе   |
| 32        | Модель 6Р и особенности ее применения а арт- фэшн бизнесе   |
| 33        | Модель 8Р и особенности ее применения а арт- фэшн бизнесе   |
| 34        | Модель 4С и особенности ее применения а арт- фэшн бизнесе   |
| 35        | Модель ограниченности и особенности ее применения а арт- фэшн бизнесе   |
| 36        | Виды редкости и их особенности в арт- фэшн бизнесе  |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Стилизация - это

- 1.упрощение без потери узнаваемости
- 2.создание формы при помощи художественных средств
- 3.переработка изображения в линейный формат
- 4.иконическая форма объекта

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Рассчитать порог безубыточности и порог рентабельности товара по следующим данным (все абсолютные показатели — в тыс. руб.):

Цена реализации 500

Объем реализации за год 100 шт.

Переменные затраты на единицу товара 380

Прямые постоянные затраты на товар (1 уровня) 7 000

Косвенные постоянные затраты (2 уровня) 3 000

## 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

На подготовку к ответу отводится 45 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор   | Заглавие   | Издательство  | Год издания | Ссылка  |
|---|--|---|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>                                  |  |   |             |   |
| Климович, Л. К.   | Основы менеджмента                               | Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО)  | 2021        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/125483.html">https://www.iprbooks.hop.ru/125483.html</a>                                   |
| Тезикова, Н. В.,<br>Мищенко, Е. С.,<br>Быковская, Е. В.,<br>Попова, М. К. | Основы менеджмента                               | Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ   | 2021        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/122972.html">https://www.iprbooks.hop.ru/122972.html</a>                                   |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>                            |  |   |             |   |
| Кузнецова М. М.   | Современная индустрия моды. Практические занятия | СПб.: СПбГУПТД  | 2017        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017283">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017283</a> |
| Титова М. Н.  | Менеджмент индустрии моды и арт-объектов         | СПб.: СПбГУПТД  | 2016        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3683">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=3683</a>       |
| Наролина, Т. С.,<br>Пахомова, Ю. В.                                       | Менеджмент                                       | Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ | 2022        | <a href="https://www.iprbooks.hop.ru/126087.html">https://www.iprbooks.hop.ru/126087.html</a>                                   |
| М.М.Кузнецова   | Современная индустрия моды                       | Санкт-Петербург: СПбГУПТД   | 2022        | <a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022173">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022173</a> |

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

<https://www.wgsn.com/ru/W> — мировой лидер по прогнозированию тенденций в области моды и индустрии дизайна

<https://www.wgsn.com/ru/products/lifestyle-interiors/>  
<https://www.wgsn.com/ru/products/lifestyle-interiors/>

<https://www.wgsn.com/ru/products/lifestyle-interiors/> Инновационный сервис по прогнозированию тенденций в области lifestyle, промышленного дизайна и интерьеров.

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Продажа по договору с учебными заведениями об использовании в учебном процессе по заявкам

Photoshop CC Multiple Platforms Multi European Languages Team LicSub Level 4 (100+) Education Device license

Adobe inDesign

Adobe Illustrator

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

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