

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Московский государственный институт культуры**

**УТВЕРЖДАЮ  
Председатель УМС  
факультета государственной  
культурной политики  
А.Ю. Единак**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ИНДУСТРИЯ МОДЫ  
Б1.В.1.ДВ.02.01 ИНДУСТРИЯ МОДЫ**

**Направление подготовки 50.03.01 ИСКУССТВО И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ**

**Профиль подготовки: АРТ-БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ**

**Квалификация (степень) выпускника: бакалавр**

**Форма обучения: очная, заочная**

*(РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов)*

## 1. Перечень компетенций

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом философском контекстах	УК-5.1. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию культурным традициям УК-5.2. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.3. - проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию социокультурным	Знать: механизмы межкультурного взаимодействия в обществе на современном этапе, принципы соотношения общеприимных и национальных культурных процессов; проблемы соотношения академической и массовой культуры в контексте социальной стратификации общества, основные теории культурного развития на современном этапе; национально-культурные особенности социального и речевого поведения представителей иноязычных культур; обычаи, этикет, социальные стереотипы, историю и культуру других стран; исторические этапы в развитии национальных культур, художественно-стилевые и	Задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня Темы докладов: по теме 1. Исторические предпосылки индустрии моды Презентация: по теме 6. Бельгийская, французская и итальянская школы дизайна модных товаров: история и специфика

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
	<p>традициям различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России;</p> <p>УК5.4. - Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>	<p>национально-стилевые направления в области отечественного и зарубежного искусства от древности до начала XXI века; национально-культурные особенности искусства различных стран.</p> <p>Уметь: адекватно оценивать межкультурные диалоги в современном обществе; соотносить современное состояние культуры с ее историей; излагать и критически осмысливать базовые представления по истории и теории новейшего искусства; находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими иноязычную информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп; проводить сравнительный анализ онтологических, гносеологических, этических идей,</p>	

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
		представляющих различные философские учения; сопоставлять общее в исторических тенденциях с особенным, связанным с социально-экономическими, религиозно-культурными, природно-географическими условиями той или иной страны; работать с разноплановыми историческими источниками; извлекать уроки из исторических событий, и на их основе принимать осознанные решения; адекватно реализовать свои коммуникативные намерения в контексте толерантности; находить и использовать необходимую для взаимодействия с другими членами социума информацию о культурных особенностях и традициях различных народов;	

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
		<p>демонстрировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп.</p> <p>Владеть: развитой способностью к чувственно-художественному восприятию этнокультурного разнообразия современного мира; нормами недискриминационного и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей; речевым этикетом межкультурной коммуникации; навыками анализа различных художественных явлений, в которых отражено многообразие культуры современного общества, в том числе явлений массовой культуры.</p>	

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
ПК-4 Способен осуществлять продвижение и реализацию проектов в сфере культуры и арт-бизнеса	<p>ПК 4.1. - Осуществляет исследование рынка и продвигает проекты в сфере культуры и арт-бизнеса</p> <p>ПК 4.2.- Организует продажи продукции искусства и культуры</p>	<p>Знать: : базовые категории рынка и рыночных отношений, состояние мировой и российской индустрии культуры и искусства, современные виды рекламы и PR технологий, технологии бренд менеджмента, технологии планирования, организации и бюджетирования рекламной и PR кампании по продвижению проектов в сфере культуры и арт-бизнеса; основы обращения художественных и культурных ценностей, условия товарного обращения произведений искусства на аукционе, в галерее, на выставке, в коллекции, в мастерской и др., технологии продаж произведений культуры и искусства.</p> <p>Уметь: осуществлять анализ развития рынка и</p>	<p><b>Конспект</b> по теме 2. Создатели и потребители моды.</p> <p><b>Рецензия</b> по теме 4. Стратегический менеджмент и маркетинговые технологии в индустрии моды.</p>

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
		<p>прогноз цен и рейтингов художников и ценностей искусства и культуры, планировать мероприятия по продвижению проектов в сфере культуры и арт-бизнеса, условия и смету расходов на их проведение, оценивать экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий; устанавливать и развивать отношения с партнерами, с учреждениями, галереями и представителями бизнеса для расширения возможностей и ресурсов, готовить произведения искусства и культуры и документацию для товарного обращения.</p> <p>Владеть:</p> <p>навыками продвижения проектов в сфере культуры и арт-бизнеса, согласования содержательных и организационных</p>	

Формируемые компетенции	Индикаторы компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочных средств (опрос, доклад, реферат, курсовая работа, тест, творческое задание, проект, вопросы/задания промежуточной аттестации и др.)/ шифр раздела (пункт/подпункт) в данном документе
		вопросов сделки, умением устанавливать отношения с клиентами и партнерами, технологиями продаж произведений искусства и культуры.	

**2. Типовые и оригинальные контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.**

### **2.3. Задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня**

#### **Темы докладов:**

по теме 1. Исторические предпосылки индустрии моды

1. «Эстетский» костюм конца XIX века начала XX века. Первый модельер Поль Пуаре. Мода 1900-1909 г.г. Модельеры Мариано Фортени, Жак Дусе, Жана Ланвен, Жана Пакен.
2. Мода времён Первой мировой войны (1910-1919 г.г.) Модельеры Эдвард Молино, Жан Пату, Мадлен Вионе.
3. «Русские сезоны» в Париже.
4. Стилль «ар деко» и высокая мода 1920-х годов.
5. Мода 30-х годов XX века. «Великая депрессия». Сюрреализм и мода. Модельеры Габриель Шанель, Эльза Скьяпарелли, Нина Риччи, Алис Грэ, Мэгги Руфф, Марсель Роша, Мейнбохер, Огюсто Бернар, Луиз Буланже.
6. Мода 40-х годов. Основные тенденции военной моды. Кристоаль Балансьяга, Пьер Бальмен, Жак Фат, Клэр Маккартни, Адриан.

7. «Формирование общества потребления». Мода 50-х годов. Итальянская «альта-мода». Модельеры Кристиан Диор, Юбер де Живанши, Луи Ферро, Валентино.

8. Рождение молодёжной культуры. «Космическая мода». Новые материалы и технологии. Модельеры Андрэ Куррэж, Пьер Карден, Пако Раббан, Эмануэль Унгаро, Карл Лагерфельд, Марк Боан, Ги Ларош, Соня Рикель, Мэри Куант.

9. Мода 70-х годов XX века. Мода в эпоху постмодерна. Модельеры Тьерри Мюглер, Жан-Поль Готье, Кензо, Ханае Мори, Иссей Мияке.

10. Мода 80-х годов XX века. Кристиан Лакруа, Аззедин Алайя, Ромео Джильи.

11. Минимализм 90-х годов XX века. Бельгийская школа. Анн Демельмейстер, Мартин Маргела. Австрийская мода.

Конспект

### ***Конспект***

по теме 2. Создатели и потребители моды.

Составить конспект по статье и выписать наиболее успешные маркетинговые стратегии компаний в индустрии моды по преодолению кризиса, вызванного пандемией: Чжан Ц., Сагинова О.В. Маркетинговая стратегия индустрии моды в постэпидемическую эпоху// Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. №1. – С. 43-49. 2022. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49294635>

### ***Рецензия:***

по теме 4. Стратегический менеджмент и маркетинговые технологии в индустрии моды. Написать рецензию на статью: Дубинец Е.А., Московская А.В., Пулькина В.А. Применение AR-технологий в индустрии моды /материалы Всероссийской научно-практической конференции. ТЕХНОЛОГИИ PR И РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ. ИНЖЕНЕРЫ СМЫСЛОВ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ. К 350-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ РОССИЙСКОГО ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. 2022, Издательство: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС. С. 123-127.

### ***Презентация:***

по теме 6. Бельгийская, французская и итальянская школы дизайна модных товаров: история и специфика

Задания для итогового контроля

### Экзаменационный тест

№	Компетенция (часть компетенции)	Вопрос	Варианты ответов
1		Высшая категория одежды в системе индустрии моды?	а) Prêt-à-porter б) Prêt-à-porter de Luxe в) Haute Couture г) Mass market
2		Совокупность признаков, по которым можно разделить множество вещей, комплектов и одежду, как таковую, на определённые категории или виды называется	а) мода б) стиль в) образ г) тренд
3		Условия для создания массового производства одежды?	а) новые материалы и приемы кроя б) наличие мануфактур и новые формы одежды в) технические изобретения и развитие конструирования г) зарегистрированное ИП
4		Что такое fast fashion?	а) медленное производство эксклюзивных коллекций б) массовое производство недорогой одежды по актуальным трендам в) ручная работа из редких материалов г) коллекции, выпускаемые раз в 5 лет
5		Кто из дизайнеров ввел в моду "little black dress"?	а) Ив Сен-Лоран б) Коко Шанель в) Кристиан Диор г) Джорджио Армани
6		Как называется процесс прогнозирования модных трендов?	а) мерчандайзинг б) трендвотчинг в) брендинг г) стилизация
7		Какой бренд первым запустил коллаборацию с H&M в 2004 году?	а) Versace б) Karl Lagerfeld в) Balmain

			г) Moschino
8		Что означает термин "капсульная коллекция"?	а) большая сезонная коллекция б) минималистичная линейка из базовых вещей в) одежда для космонавтов г) коллекция аксессуаров
9		Какой тренд 2020-х связан с «виртуальной модой»?	а) NFT-одежда б) Кринолины в) Пышные рукава г) Кожаные кейпы
10		Какой тренд прогнозирует WGSN на 2025 год?	а) Нео-винтаж б) Кибер-готы в) Панк-стиль г) Диско-эстетика
11		Какая технология изменит retail?	а) Дополненная реальность (AR) б) Блокчейн в) 3D-печать г) Искусственный интеллект
12		Что означает «couture»?	а) Ручная работа по индивидуальным меркам б) Массовое производство в) Спортивная одежда г) Уличный стиль
13		какое стилевое направление появляется в моде начала 60-х г.?	а) Стиль «Милитари» б) Космический стиль в) этнический стиль г) футуризм
14		какой тренд 2020-х связан с «виртуальной модой»?	а) NFT-одежда б) Кринолины в) Пышные рукава г) Кожаные кейпы
15		Выпускниками какой школы дизайна являются Мартин Марджиела, Дрис Ван Нотен, Раф Симонс?	а) L'École de la chambre syndicale de la couture parisienne б) Polimoda в) Istituto Marangoni г) Royal Academy of fine arts Antwerp
16	<b>УК-5</b> Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе	Какая европейская страна составила конкуренцию Франции в производстве одежды прет-а-порте?	а) Германия б) Италия в) Англия г) Франция

	межкультурного взаимодействия		
17		Чем занимались первые парижские Дома мод?	а) изготовлением лекал для производства одежды б) изготовлением моделей для показа в) изготовлением заказов для высокопоставленных клиентов г) изготовлением моделей обуви
18		Какие изменения происходят в костюме 30-х годов?	а) заимствование черт мужского костюма б) более мягкие женственные формы в) меняются основные пропорции костюма г) силуэт становится оверсайз
19		Силуэт женского костюма с конца 30-х до конца 40-х годов?	а) прямой б) Х-образный в) овальный г) оверсайз
20		Как называется показ мод, где модели идут по подиуму?	а) шоурум б) дефиле в) презентация г) выставка
21		В какой стране зародился стиль «хайтек» в моде?	а) Япония б) Германия в) Франция г) Италия
22		Какой бренд первым представил «тотал-лук» (total look)?	а) Prada б) Gucci в) Chanel г) Versace
23		В каком городе проходит Неделя моды, известная уличным стилем?	а) Париж б) Токио в) Милан г) Нью-Йорк
24		Какой город считается родиной «скандинавского минимализма»?	а) Берлин б) Стокгольм в) Амстердам г) Лондон
25		Кто из дизайнеров популяризировал деконструкцию в моде?	а) Rei Kawakubo (Comme des Garçons) б) Donatella Versace

			в) Ralph Lauren г) Giorgio Armani
26		Какой дизайнер создал культовую «Birkin bag» для Hermès?	а) Jean-Louis Dumas б) Karl Lagerfeld в) Yves Saint Laurent г) Tom Ford
27		Какой материал стал символом устойчивой моды?	а) Пиниятекс (из ананасовых листьев) б) Полиэстер в) Нейлон г) Акрил
28		Какая страна — крупнейший рынок люксовой моды?	а) США б) Китай в) Франция г) Япония
29		Какой африканский бренд стал мировым трендом?	а) MaXhosa Africa б) Zara в) Uniqlo г) H&M
30		Кто из дизайнеров популяризировал деконструкцию в моде?	а) Rei Kawakubo (Comme des Garçons) б) Donatella Versace в) Ralph Lauren г) Giorgio Armani

#### Шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов	Оценка уровня подготовки	
	Балл	Вербальный аналог
15	5	Отлично
14-13	4	Хорошо
12-11	3	Удовлетворительно
Менее 10	2	Неудовлетворительно

#### 2.6. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

##### Оценивание доклада

Критерии	Показатели	баллы
Полнота, системность,	Изложение полученных знаний письменной форме, полное, в системе, в соответствии с требованиями учебной	5-4

прочность знаний (знания)	программы; допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами	
	Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала; допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя	3- 2-
	Изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации; существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя	1-0

### Шкала оценивания **конспекта**

Критерии	Показатели
Полнота, системность, прочность знаний (знания)	Изложение полученных знаний письменной форме, полное, в системе, в соответствии с требованиями учебной программы; допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами
	Изложение полученных знаний неполное, однако это не препятствует усвоению последующего программного материала; допускаются отдельные существенные ошибки, исправленные с помощью преподавателя
	Изложение учебного материала неполное, бессистемное, что препятствует усвоению последующей учебной информации; существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя

### *Критерии оценки рецензии*

Критерии оценки	Баллы
-----------------	-------

Самостоятельность выполнения работы	1
Творческий подход к осмыслению предложенной темы	2
Способность анализировать и резюмировано излагать основные идеи	2
Обоснованность, доказательность и оригинальность постановки и решения проблемы	2
Чёткость и структурированность изложения собственных мыслей	1
Грамотное оформление библиографии	1
Оформление рецензии	1
Максимальный балл: 10	

### ***Критерии оценки презентации***

<b>Критерии</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
Титульный слайд с заголовком	2
Дизайн слайдов	2
Использование дополнительных эффектов PowerPoint (смена слайдов, звук, графики)	2
Список источников информации	2
Широта кругозора	2
Логика изложения материала	2
Правильность и точность речи во время защиты проекта	2
<b>ОРГАНИЗАЦИЯ</b>	
Бонус	1
<b>ОБЩИЕ БАЛЛЫ</b>	<b>15</b>

### ***Список литературы и источников***

#### ***Основная:***

1. Ермилова, Д. Ю. История домов моды : учебное пособие для вузов / Д. Ю. Ермилова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06216-8. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515229>.

2. Тюменев, Ю. Я. Материалы для процессов сервиса и индустрии моды и красоты : учебное пособие / Ю. Я. Тюменев, В. И. Стельмашенко, С. А. Вилкова. — Москва : Дашков и К, 2021. — 400 с. — ISBN 978-5-394-04031-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229469> (дата обращения: 10.12.2023).

3. Денисов, Д. А. Этикетки и ярлыки (история и дизайн маркировки изделий индустрии моды) : монография / Д. А. Денисов, Н. П. Бесчастнов. — Москва : РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. — 282 с. — ISBN 978-5-87055-455-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/128228> (дата обращения: 10.12.2023).

4. Старовойтова А.А. Особенности технологий оказания услуг в индустрии моды : учебное пособие / Старовойтова А.А., Андросова Г.М., Бодрякова Л.Н.. — Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2012. — 162 с. — ISBN 978-5-93252-273-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/12720.html>

5. Тюменев Ю.Я. Материалы для процессов сервиса в индустрии моды и красоты : учебное пособие для бакалавров / Тюменев Ю.Я., Стельмашенко В.И., Вилкова С.А.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 400 с. — ISBN 978-5-394-02241-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85621.html>.

6. Чигиринова М.В. Менеджмент в индустрии моды и арт-объектов : учебное пособие / Чигиринова М.В., Титова М.Н., Любименко А.И.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 101 с. — ISBN 978-5-7937-1812-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/103958.html>

***Дополнительная:***

1. Анализ стратегических возможностей глобального рынка “Smart City” до 2025 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [http://science.pnzgu.ru/files/science.pnzgu.ru/05\\_02\\_\\_maksim\\_perevezencev.pdf](http://science.pnzgu.ru/files/science.pnzgu.ru/05_02__maksim_perevezencev.pdf) (дата обращения: 14.04.2020).
2. Андреев С.Н. Зачем нужен некоммерческий маркетинг. Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://www.antema.ru/library/marketing\\_obwie\\_voprosy/marketing\\_uslug/andreev\\_sn\\_zachem\\_nuzhen\\_nekommercheskij\\_marketing](http://www.antema.ru/library/marketing_obwie_voprosy/marketing_uslug/andreev_sn_zachem_nuzhen_nekommercheskij_marketing)
3. Костецкий В.А. Практические аспекты построения SMM-стратегии в интернет-маркетинге. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29088725>
4. Кумова М. Айдентика// Процесс создания айдентики. – 2017. – С. 87-105.