

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

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

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ИНДУСТРИЯ МОДЫ**

Название и код направления подготовки

51.03.03 Социально-культурная деятельность

Профиль подготовки Менеджмент креативных индустрий

Уровень квалификации бакалавр

Форма обучения очная, заочная

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

Фонд оценочных средств предназначен для контроля сформированности компетенций (знаний, умений, навыков и владений) обучающихся по направлению подготовки 51.04.03 Социально-культурная деятельность по дисциплине Б1.В.ДВ.04.01 «Индустрия моды»

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры
Социально-культурной деятельности

наименование кафедры

протокол № 8 от "29" июня 2023 г.

1. Перечень компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенции	Результаты обучения
ПК-11 быть готовым к осуществлению технологий менеджмента и продюсирования концертов, фестивалей, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности, к организационно-творческой работе в сфере креативных индустрий	ПК-11.1. Использует знания продюсирования, умения по применению технологий таковых и владеет навыками реализации в сфере креативных индустрий ПК-11.2. Осуществляет продюсерскую деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: - понятие «продюсирование»; - сущность технологий продюсирования в сфере культуры; - сущность и специфику арт-практик, киноиндустрии, индустрии моды и ивента. Уметь: - разрабатывать план организации и проведения камерных и массовых форм социально-культурного творчества, в том числе в сфере креативных индустрий, арт-практик, киноиндустрии, индустрии моды и ивента; - анализировать современные процессы современного искусства и специфику многообразия арт-практик. Владеть: - технологиями продюсирования в сфере креативных индустрий; - основными принципами продюсирования арт-практик в современных условиях.

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, Азедин 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

Тест

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
- с) образ

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

4. Чем занимались первые парижские Дома мод?

- А. Изготовлением лекал для производства одежды

- Б. Изготовлением моделей для показа
 - В. Изготовлением заказов для высокопоставленных клиентов
5. Какие изменения происходят в костюме 30-х годов?
- А. Заимствование черт мужского костюма
 - Б. Более мягкие женственные формы
 - В. Меняются основные пропорции костюма
6. Силуэт женского костюма с конца 30-х до конца 40-х годов?
- А. Прямой
 - Б. Х-образный
 - В. Овальный
7. Какое стилевое направление появляется в костюме конца 40-х начала 50-х гг.?
- А. Нью-лук
 - Б. Гламур
 - В. Сафари
8. Что появляется в моде 60-х, чего не было ранее?
- А. Детская мода
 - Б. Молодежная мода
 - В. Мода для пожилых
9. Какое стилевое направление появляется в моде начала 60-х гг.?
- А. Стил «Милитари»
 - Б. Космический стиль
 - В. Этнический стиль
10. Силевое направление конца 60-х, 70-х гг., давшее развитие джинсовой моде?
- А. Стил хиппи
 - Б. Стил ретро
 - В. Стил диско

11. Какая одежда становится популярной в 80-е годы (рэп, хип-поп, техно)?

- А. Классическая
- Б. Спортивная
- В. Романтическая

12. Какая европейская страна составила конкуренцию Франции в производстве одежды прет-а-порте?

- А. Германия
- Б. Италия
- В. Англия

13. Дизайнеры какой страны возглавили ведущие парижские Дома моды в конце XX века.

- А. Италия
- Б. Германия
- В. Англия

14. 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

15. Имя создателя первой теории проектирования костюма

- а) Чарльз-Фредерик Ворт
- б) Поль Пуаре
- в) Надежда Петровна Ламанова
- г) Александра Экстер

Шкала оценки тестовых заданий

Количество	правильных	Оценка уровня подготовки
------------	------------	--------------------------

ответов	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, прочность знаний (знания)	Изложение полученных знаний письменной форме, полное, в системе, в соответствии с требованиями учебной программы; допускаются единичные незначительные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами	5-4
	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, не исправляемые 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 незначительные 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

Критерии	Максимальное количество баллов
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
ОРГАНИЗАЦИЯ	
Бонус	1
ОБЩИЕ БАЛЛЫ	15

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 (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

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.