

РАЗДЕЛ 1. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ КОЛЛЕКЦИЙ

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:	КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ		
	 ВСЕГО:	 ТЕОРИЯ:	 ПРАКТИКА:
Коммерческая коллекция: определение, общие понятия, свойства	1	1	—
Законы создания коммерческих коллекций	1	1	—
Алгоритм создания коммерческих коллекций	1	1	—
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 1:	3	3	—




РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:	 ВСЕГО:	 ТЕОРИЯ:	 ПРАКТИКА:
Особенности Fashion-маркетинга	1	1	—
Комплекс маркетинга. Теория 4P	1	1	—
Целевая аудитория: характеристика и потребности	2	2	—
Маркетинговая теория коммуникации архетипов. Storytelling.	2	2	—
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 2:	6	6	—

РАЗДЕЛ 3. БРЕНДИНГ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:	 ВСЕГО:	 ТЕОРИЯ:	 ПРАКТИКА:
Запуск бренда. Позиционирование бренда. УТП	1	1	—
Идентичность бренда	1	1	—
Нейминг	1	1	—
Основные составляющие фирменного стиля	2	2	—
Формирование капитала бренда	1	1	—
Бренд-дизайн. ДНК бренда. Разработка Designbook	3	—	3
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 3:	9	6	3

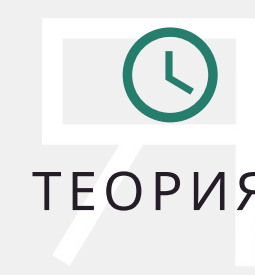
РАЗДЕЛ 4. ФОТОСТАЙЛИНГ

КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:



ВСЕГО:



ТЕОРИЯ:

 ПРАКТИКА:

Основные понятия.
Инструменты и средства фотостилизации



2



2

1

Алгоритм создания концепции фотосъемки.
Отбор фотографий



3



1

2




ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 4:

9



6

3



РАЗДЕЛ 5. ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:	КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ		
	 ВСЕГО:	 ТЕОРИЯ:	 ПРАКТИКА:
Интернет-позиционирование	2	1	1
Конкурентоспособность и анализ рынка	2	1	1
Интернет-каналы и способы продвижения в НИХ	2	1	1
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 5:	6	3	3

РАЗДЕЛ 6. ОСНОВЫ ПРОДЮСИРОВАНИЯ

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:	КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ		
	 ВСЕГО:	 ТЕОРИЯ:	 ПРАКТИКА:
Продюсирование бренда: определение и основные понятия	1	1	—
Продюсирование коллекции для дизайнера. Виды, методы	1	1	—
Алгоритм продюсирования коллекции	1	—	1
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 6:	3	2	1

РАЗДЕЛ 7. ЭКОНОМИКА КОЛЛЕКЦИИ

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:	КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ		
	 ВСЕГО:	 ТЕОРИЯ:	 ПРАКТИКА:
Краткий обзор fashion-ритейла в России. Принципы ценообразования дизайнерских брендов	1	1	—
Организация бизнес-процессов в бренде. Продажи B2B, B2C	1	1	—
Ассортиментная матрица. Параметры управления ассортиментной матрицей	1	1	—
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 7:	3	3	—

РАЗДЕЛ 8. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД

КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:



ВСЕГО:



ТЕОРИЯ:



ПРАКТИКА:

Основные понятия.

Что такое индивидуальный стиль?

2

1

1

Что такое имидж? Структура имиджа

2

1

1

Алгоритм формирования имиджа Инструменты работы с имиджем

2

1

1



ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 8:

6

3

3

РАЗДЕЛ 9. ИТОГОВЫЙ ВОРКШОП

НАЗВАНИЕ ТЕМЫ:	КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ НА ТЕМУ		
	 ВСЕГО:	 ТЕОРИЯ:	 ПРАКТИКА:
Разработка дизайн-бука бренда	3	–	3
ИТОГО ПО РАЗДЕЛУ 9:	3	–	3
ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			
Защита дизайн-бука бренда для реального или потенциального заказчика	3	–	3

БРЕНДИНГ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

ИТОГО ПО КУРСУ

КОЛИЧЕСТВО АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ



ВСЕГО:

48



ТЕОРИЯ:

29



ПРАКТИКА:

19

СРОК ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

8 недель