

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

**Навчально-науковий інститут мистецтв**

Кафедра дизайну і теорії мистецтва

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ПРОЕКТУВАННЯ БРЕНДОВОГО ОДЯГУ**

Освітня програма: Дизайн одягу

Спеціальність: 022 Дизайн

Галузь знань: 02 Культура і мистецтво

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 1 від 02 вересня 2019 р.

м. Івано-Франківськ - 2019

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	Дизайн-проект брендового одягу
<b>Викладач (-і)</b>	Макогін Ганна Василівна,
<b>Контактний телефон викладача</b>	0502105870
<b>E-mail викладача</b>	makoginanna@ukr.net
<b>Формат дисципліни</b>	Стаціонар, заочна форма.
<b>Обсяг дисципліни</b>	180
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	
<b>Консультації</b>	Консультації до самостійної роботи студентів проводиться на практичних заняттях (тривалість – не фіксована, залежить від потреб студента),
<b>2. Анотація до курсу</b>	
Курс «Проектування брендового одягу» - вибіркова дисципліна з циклу професійної підготовки студентів, які навчаються за освітньою програмою «Дизайн одягу» ОКР «Бакалавр». Основне її спрямування – проектування брендового одягу в художній системі (колекції або серії) та освоєння студентами принципів створення утилітарно оправданих форм одягу, які мають функціональну, конструктивну і естетичну цінність. Даний курс вивчається у тісному зв'язку з конструюванням брендового одягу.	
<b>3. Мета й цілі курсу</b>	
<b>Мета курсу</b> — оволодіння студентами теоретичними знаннями і практичними навичками в галузі дизайну брендової продукції на основі використання методів і засобів художньої творчості. Цілями вивчення дисципліни є оволодіння засобами художньої виразності композиції брендового одягу, уміння проводити пошук дизайнерських рішень, здатність генерувати креативні ідеї і проектувати художньо-виразні моделі одягу, здатність до графічної візуалізації комплексних проектів брендової продукції.	
<b>4. Результати навчання (компетентності)</b>	
<p><b>Інтегральна компетентність (ІК):</b> здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі дизайну одягу, або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій, методів і технологій дизайну та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p><b>Загальні компетентності (ЗК):</b> знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність зберігати та примножувати культурно- мистецькі, екологічні, моральні, наукові цінності і досягнення суспільства.</p> <p><b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК):</b> здатність застосовувати сучасні методики проектування одягу; здатність здійснювати формоутворення, макетування і моделювання форм одягу; здатність застосовувати у проектно-художній діяльності спеціальні техніки та технології роботи у відповідних матеріалах; здатність застосовувати знання прикладних наук у професійній діяльності дизайнера одягу.</p>	
<b>5. Організація навчання курсу</b>	
Обсяг курсу	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	8
семінарські заняття / практичні / лабораторні	32
самостійна робота	54
Ознаки курсу	

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий			
8	Дизайн	4	вибірковий			
Тематика курсу						
Тема, план	Форма заняття	Література	Завда ння, год	Вага оцінки	Термін виконання	
<p><b>Тема 1.</b> Брендний одяг : дизайн, якість, реклама, ім'я.</p> <p><b>План .</b> Імідж бренду як результат його сприйняття споживачем. Мета просування бренду, його цінність і вартість. Термінологія. Друга лінія бренду. Дифузні бренди. Етапи створення бренду. Брендінг. Принципи і стратегія брендінгу.</p>	Лекція, самостійна робота	№ 1, 2, 7 із списку рекомендованої літератури	2 4	5	1-2 тижні навчання	
<p><b>Тема 2.</b> Товарний знак. План. Етапи розробки і реєстрація товарного знаку. Маркування бренду. Захист товарного знаку.</p> <p><b>Тема 3.</b> Корпоративний бренд. План. Визначення принципів формування художніх образів в брендній продукції. Формування концепцій проектування брендної продукції та проектів фірмового стилю. Розробка проектів брендної продукції для визначеного типу споживача. Принципи презентації брендної продукції.</p>	Лекція, практичні заняття самостійна робота	№ 1, 3, 4 із списку рекомендовано ї літератури	2 2 8	10	3-4 тижні навчання	
<p><b>Тема 4.</b> Проектування колекції брендного одягу Етапи проектування</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визначення типу споживачів.</li> <li>2. Визначення асортиментного виду виробу.</li> <li>3. Визначення основної мети (концепції) проектної розробки</li> <li>4. Створення несистематизованого асортиментного ряду (НАР)</li> <li>5. Виявлення угруповань, які є найперспективнішими для роботи.</li> <li>6. Визначення недоліків, які існують у аналогах.</li> <li>7. Розробка модифікаційних варіантів основної технічної пропозиції.</li> <li>8. Ескізи модифікаційних варіантів виконуються у вигляді форескізів у кольорі.</li> <li>9. Ескізи модифікаційних варіантів у вигляді художньо-онструкторського проекту (планшету, плакату).</li> <li>10. Розробка базових конструкцій,</li> </ol>	Лекція, Практичні заняття, самостійна робота	№ 5, 7, 8 із списку рекомендовано ї літератури	2 30 40	30	6-12 тижні навчання	

конструктивне моделювання форм костюма. 11. Виготовлення моделі-зразка. 12. Оформлення конструкторсько-технічної документації на зразок моделі одягу.					
---	--	--	--	--	--

### 6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	Шкала оцінювання: національна та ECTS			
	Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
			для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
	90 – 100	<b>A</b>	відмінно	зараховано
	80 – 89	<b>B</b>	добре	
	70 – 79	<b>C</b>		
	60 – 69	<b>D</b>	задовільно	
	50 – 59	<b>E</b>		
	26 – 49	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-25	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	
Екзаменаційна оцінка – сума балів за практичні роботи, виконані протягом семестру(60%), і письмові відповіді та практичне завдання екзаменаційного білету(40%).				
Вимоги до письмової роботи	-			
Семінарські заняття	-			
Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання 50% практичних робіт			

### 7. Політика курсу

Програма курсу направлена на формування креативних поглядів і творчої самостійності. Недопустимий плагіат і невчасне виконання завдання. Роботи оцінюються у визначений термін. Пропущені теми студент вивчає самостійно.

### 8. Рекомендована література

1. Антонова Н.В., Патоша О.И. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. 47 с.
2. Андреева А.Н. Концепция портфеля дизайнерских брендов в фешн-бизнесе: постановка проблемы . Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. – 2003. – Вып. 2 (No 16). – С. 28-54.
3. Годін А.М. Брендинг– М.: Аспект-пресс, 2007.
4. Лінч А., Штраус Д.М. Зміни в моді. Причини і наслідки / А. Лінч, Д.М. Штраус – М., 2009.
5. Перція В.О., Мамлеева Л.М. Анатомія бренда – М.: «Вершина», 2007. – 288 с.
6. Trademap [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.trademap.org/Index.aspx>
7. The Economist Intelligence Unit (EIU): US office of Textiles and Apparel [Електронний ресурс]

– Режим до-ступу: <http://www.eiu.com/home.aspx>  
US Bureau of Labor Statistics [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bls.gov>  
8. <https://www.vogue.com/fashion-shows>

**Викладач**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. V. Makogin', written in a cursive style.

**Макогін Г. В.**