



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИСАиИ
М.М. Суровцов

04.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

***ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ПОТРЕБЛЕНИЯ ОДЕЖДЫ И
СОВРЕМЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ***

Направление подготовки (специальность)
29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности

Направленность (профиль/специализация) программы
Дизайн, конструирование и цифровое моделирование одежды

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
очно-заочная

Институт/ факультет	Институт строительства, архитектуры и искусства
Кафедра	Дизайна
Курс	3

Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 962)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна
23.01.2025 г., протокол № 5

Зав. кафедрой _____ А.Д. Григорьев

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИСАиИ
04.02.2025 г. протокол № 3

Председатель _____ М.М. Суровцов

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры Дизайна, канд. пед. наук _____ Е.В. Ильяшева

Рецензент:

Директор ООО "СпецАльянс" швейное производство спецодежды _____

Г.А. Коваленко



Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Дизайна

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ А.Д. Григорьев

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Дизайна

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ А.Д. Григорьев

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Дизайна

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ А.Д. Григорьев

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Дизайна

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ А.Д. Григорьев

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Дизайна

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ А.Д. Григорьев

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Инновационные технологии швейного производства» является формирование способности использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследований; способности использовать информационные технологии и системы автоматизированного проектирования при конструировании изделий легкой промышленности.

В задачи дисциплины входит: использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применение методов математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследований; использование информационных технологий и систем автоматизированного проектирования при конструировании изделий легкой промышленности.

В результате освоения дисциплины студенты приобретут профессиональные компетенции, позволяющие шире использовать возможности и преимущества инновационных технологий, основанных на новейших достижениях науки и техники.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Исследование рынка потребления одежды и современных материалов входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Инженерная графика

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Исследование рынка потребления одежды и современных материалов» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; строит продуктивное взаимодействие с учетом норм и установленных правил командной работы
УК-3.2	При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников, анализирует возможные последствия личных действий
УК-3.3	Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели
ПК-3	Способен выполнять работы по проведению предпроектных исследований
ПК-3.1	Решает профессиональные задачи по проведению предпроектных дизайнерских исследований

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 26,3 акад. часов;
- аудиторная – 6 акад. часов;
- внеаудиторная – 20,3 акад. часов;
- самостоятельная работа – 77,8 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Введение								
1.1 Содержание и задачи курса «Инновационные технологии швейного производства», методы работы над ним. Связь курса с другими дисциплинами учебного плана.	3	0,2			8	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела.	собеседование	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, ПК-3.1
Итого по разделу		0,2			8			
2. Понятие потребления. Характеристика .								
2.1 Потребительское поведение как особый вид деятельности в современных обществах. Характеристики процесса потребления. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в антропологии, социологии, экономике и психологии. Формы и места потребления.	3	1	1		10	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела.	опрос	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, ПК-3.1
2.2 Общие условия инновационной деятельности. Пути и методы поиска инновационных идей. Результаты инновационной			1		16			УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, ПК-3.1

деятельности при производстве швейных изделий, изделий из натурального меха и в дизайне меховой отделки изделий легкой промышленности.								
Итого по разделу		1	2		26			
3. Смысл и цели изучения рынка								
3.1 Задачи, стоящие перед швейной промышленностью по улучшению качества и интенсификации производства швейных изделий. Виды изучения рынка, методы анализа рынка.. Аналитический обзор рынка, структуру рынка одежды в России. Сегментация и структура рынка одежды Критерии сегментации рынка. Выявление основных тенденций региональных рынков одежды. Выявление основных тенденций московского рынка одежды. тенденции и факторы роста розничного рынка одежды. Торговые марки одежды представленные на рынке, их характеристика Влияние антропоморфологических особенностей населения на систему прогнозов производства и потребления одежды в России. Изучение объективных факторов потребления и спроса: динамики доходов населения, уровня дохода на душу населения, розничного товарооборота, статистических данных о населении РФ, области и города. Прогноз развития рынка одежды	3	0,2			10	Индивидуальное задание, отчет по практ. раб.	отчет по практ. раб.	УК-3.2, УК-3.1, УК-3.3, ПК-3.1
Итого по разделу		0,2			10			
4. Особенности производства одежды в РФ и Челябинской области.								
4.1 Швейные	3	0,4	1		11,8	Индивидуально	отчет по	УК-3.1, УК-

производства, их мощности и специализация Ассортимент товаров. Свойства и показатели ассортимента. Структурная схема реализации ассортиментной стратегии. Объемы и географическая структура производства. Стратегический анализ производственных возможностей предприятия, сбыта продукции; производственный - разработка ассортимента продукции с учетом фактора моды методы формирования оптимального ассортимента товаров, управление ассортиментом товара: понятие, факторы влияющие на формирование ассортимента. Роль размерной антропологической стандартизации в исследовании рынка одежды. Классификация типовых фигур взрослого и детского населения для промышленного производства. Удовлетворенность населения системой типовых фигур. Зависимость удовлетворенности от других факторов. Объединенная размерной типологии для мужских, женских, детских фигур, ее влияние на ассортимент. Зависимость интервала безразличия от различных факторов.								
						е задание, отчет по практ.раб.	практ.раб.	3.2, УК-3.3, ПК-3.1
Итого по разделу		0,4	1		11,8			
5. Изучение покупателей.								
5.1 Определение портрета розничного потребителя одежды г.Магнитогорске в разрезе возрастных и доходных сегментов. Социально-демографические,	3		0,5		12	Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.	отчет по практ.раб.	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, ПК-3.1

доходные характеристики потребителей; "Численность населения по полу и основным возрастным группам по субъектам Российской Федерации. Потребительские предпочтения по различным параметрам Выявление типологических особенностей потребителей (пол, возраст, уровень доходов, степень активности участия в модном поведении и т.п.). Частота и объем потребления одежды. Ценовые предпочтения мужчин и женщин. Социально-демографические их характеристики. Особенности потребительского поведения. Предпочтения потребителей современной одежды. Оценка отношения потребителей к инновациям. Потребление одежды. Понятие идентичности и самопрезентации. Функции одежды. Одежда и социальный статус. Показное потребление, одежда как проявление денежной культуры (Т.Веблен). Одежда и социальная дифференциация: социальное различие. Мода. Этапы распространения моды. Теория просачивания (Г.Зиммель). Антимода.								
Итого по разделу			0,5		12			
6. Методы исследования								
6.1 Методы исследования Контент-анализ вторичной информации (данные Госкомстата, информация из Интернет, статьи в профессиональных изданиях, базы данных, данные собственных реализованных маркетинговых исследований) о рынке одежды. Экспертный	3	0,2	0,5		10			УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, ПК-3.1

опрос участников рынка одежды Уличный опрос населения.								
Итого по разделу		0,2	0,5		10			
Итого за семестр		2	4		77,8		зачёт	
Итого по дисциплине		2	4		77,8		зачет	

5 Образовательные технологии

В процессе преподавания дисциплины применяются традиционные и инновационные технологии. Лекции проводятся как в традиционной форме, так и в форме лекций-консультаций, где студентам на лекциях выдаются контрольные вопросы по теоретическому материалу каждой темы для самостоятельного изучения, для подготовки вопросов преподавателю, таким образом, часть лекции проходит по форме вопросы-ответы-дискуссия. Для визуального и самостоятельного сопровождения лекционного материала используется наглядный материал и т.д.

При обучении студентов дисциплине «Исследование рынка потребления одежды» следует осуществлять следующие образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения).

2. Интерактивные технологии – организация образовательного процесса, которая предполагает активное и нелинейное взаимодействие всех участников, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. Наряду со специализированными технологиями такого рода принцип интерактивности прослеживается в большинстве современных образовательных технологий.

Формы учебных занятий с использованием специализированных интерактивных технологий:

Семинар-дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе (межгрупповой диалог, дискуссия как спор-диалог).

6. Информационно-коммуникационные образовательные технологии – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных сред и технических средств работы с информацией.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

Морошкин, В. А. Маркетинг: учебное пособие** / В. А. Морошкин, Н. А. Контарева, Н. Ю. Курганова. – Москва: Форум, 2011. – 352 с. – ISBN 978-5-91134-432-0. – Режим доступа к ресурсу: <http://znanium.com/bookread.php?book=214685>.

Герасимов, Б. И. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие** / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. – Москва: Форум, 2009. – 320 с. – ISBN 978-5-91134-262-3. – Режим доступа к ресурсу: <http://znanium.com/bookread.php?book=146687>.

Герасименко, В. В. Маркетинг-практикум [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие / В. В. Герасименко; (МГУ). – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 240 с. : (Учеб. эконом. фак-та МГУ им. М. В. Ломоносова). – ISBN 978-5-16-004744-7. – Режим доступа к ресурсу: <http://znanium.com/bookread.php?book=223234>

б) Дополнительная литература:

- Морошкин, В. А. Маркетинг : учеб. пособие / В. А. Морошкин, Н. А. Контарева, Н. Ю. Курганова. – М.: Форум, 2011. – 352 с. – ISBN 978-5-91134-432-0. – Режим доступа к ресурсу : <http://znanium.com/bookread.php?book=214685>
- Герасимов, Б. И. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. – М.: Форум, 2009. – 320 с. – ISBN 978-5-91134-262-3. – Режим доступа к ресурсу : <http://znanium.com/bookread.php?book=146687>

в) Методические указания:

- Герасименко, В. В. Маркетинг-практикум [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие / В. В. Герасименко; (МГУ). – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 240 с. : (Учеб. эконом. фак-та МГУ им. М. В. Ломоносова). – ISBN 978-5-16-004744-7. – Режим доступа к ресурсу : <http://znanium.com/bookread.php?book=223234>

Журнал Легкая промышленность.

- Швейная промышленность.
- Текстильная промышленность
- ГОСТ 17521 Типовые фигуры мужчин. Размерные признаки для проектирования одежды. -1экз.(эл. вариант).
- ГОСТ 17522 Типовые фигуры женщин. Размерные признаки для проектирования одежды. -1экз.(эл. вариант).
- ГОСТ 17916 Типовые фигуры девочек. Размерные признаки для проектирования одежды. -1экз.(эл. вариант).
- ГОСТ 17917 Типовые фигуры мальчиков. Размерные признаки для проектирования одежды. -1экз.(эл. вариант).
- Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2015): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 1. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2015. –223 с.
- Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации-2015): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 4. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2015. –223 с.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Тип и название аудитории Оснащение аудитории
 Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Доска
 Наглядно-демонстрационные материалы
 Аудитория для самостоятельной работы обучающихся Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду.
 Помещение для хранения и профилактического обслуживания оборудования
 Стеллажи для хранения чертежных инструментов и демонстрационных материалов.
 Стеллажи для хранения учебных работ.

Приложение 1.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Раздел/ тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Кол-во часов	Формы контроля
1. Раздел <u>Изучение рынка</u>			
1.1. Тема Смысл и цели изучения рынка. Задачи, стоящие перед швейной промышленностью по улучшению качества и интенсификации производства швейных изделий. Виды изучения рынка, методы анализа рынка.. Аналитический обзор рынка, структуру рынка одежды в России	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
1.2. Тема Сегментация и структура рынка одежды Критерии сегментации рынка. Выявление основных тенденций региональных рынков одежды. Выявление основных тенденций московского рынка одежды. тенденции и факторы роста розничного рынка одежды. Торговые марки одежды представленные на рынке, их характеристика .	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
1.3. Тема Влияние антропоморфологических региональных особенностей населения на систему прогнозов производства и потребления одежды в России. Изучение объективных факторов потребления и спроса: динамики доходов населения, уровня дохода на душу населения, розничного товарооборота, статистических данных о населении РФ, области и города . Прогноз развития рынка одежды	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.

Итого по разделу			
2.Раздел Ассортиментная стратегия предприятия			
2.1. Тема. Особенности производства одежды в РФ и Челябинской области . Швейные производства, их мощности и специализация Ассортимент товаров. Свойства и показатели ассортимента. Структурная схема реализации ассортиментной стратегии, . Объемы и географическая структура производства.	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуальному заданию		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
2.2. Тема Стратегический анализ производственных возможностей предприятия, сбыта продукции; производственный - разработка ассортимента продукции с учетом фактора моды методы формирования оптимального ассортимента товаров, управление ассортиментом товара: понятие, факторы влияющие на формирование ассортимента.	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуальному заданию		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
2.3. Тема Роль размерной антропологической стандартизации в исследовании рынка одежды. Классификация типовых фигур взрослого и детского населения для промышленного производства. Удовлетворенность населения системой типовых фигур. Зависимость удовлетворенности от других факторов. Объединенная размерной типологии для мужских, женских, детских фигур, ее влияние на ассортимент. Зависимость интервала безразличия от различных факторов	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуальному заданию		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
Итого по разделу			
3. Раздел <u>Изучение товара.</u>			
3.1. Тема Понятие потребления. Потребительское поведение как особый вид деятельности в современных обществах. Характеристики процесса потребления. Подходы к изучению потребления и различие моделей поведения потребителя в антропологии, социологии, экономике и психологии. Формы и места потребления.	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуальному заданию		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.

3.2. Тема Позиционирование товара на рынке. Современные тенденции в развитии ассортимента одежды. Сравнительная оценка ассортимента одежды отечественного и зарубежного производства. Фактические требования, предъявляемые к одежде на современном рынке. Характеристики одежды для потребителей разных возрастных групп	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
Итого по разделу			
4. Раздел Изучение покупателей.			
4.1. Тема Определение портрета розничного потребителя одежды г.Магнитогорске в разрезе возрастных и доходных сегментов. Социально-демографические, доходные характеристики потребителей; Численность населения по полу и основным возрастным группам по субъектам Российской Федерации.	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
4.2. Тема Потребительские предпочтения по различным параметрам Выявление типологических особенностей потребителей (пол, возраст, уровень доходов, степень активности участия в модном поведении и т.п.). Частота и объем потребления одежды. <u>Ценовые предпочтения мужчин и женщин.</u> Социально-демографические их характеристики.	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
4.3. Тема Особенности потребительского поведения. Предпочтения потребителей современной одежды. Оценка отношения потребителей к инновациям. Потребление одежды. Понятие идентичности и самопрезентации. Функции одежды. Одежда и социальный статус. Показное потребление, одежда как проявление денежной культуры (Т.Веблен). Одежда и социальная дифференциация: социальное различие. Мода. Этапы распространения моды. Теория просачивания (Г.Зиммель). Антимода.	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ.раб.
Итого по разделу			

5. Раздел Методы исследования			
5.1. Тема Методы исследования Контент-анализ вторичной информации (данные Госкомстата, информация из Интернет, статьи в профессиональных изданиях, базы данных, данные собственных реализованных маркетинговых исследований) о рынке одежды. Экспертный опрос участников рынка одежды Уличный опрос населения.	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ. раб.
5.2. Тема Методика изучения покупательского спроса. Анализ влияния социальных и поведенческих характеристик респондентов на определение оптимального уровня цен на одежду	Проработка лекционного материала, изучение и конспектирование дополнительного материала по каждой теме раздела согласно индивидуального задания		Индивидуальное задание, отчет по практ. раб.
Итого по разделу			
Итого по дисциплине		77.8	Промежуточный контроль (зачет)

Приложение 2.

В результате освоения дисциплины (модуля) «Исследование свойств современных материалов и пакетов из них» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Разбиться на группы. Работа с литературой и аналогами. Отбор аналогов для проекта.
УК-3.1	Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; строит продуктивное взаимодействие с учетом норм и установленных правил командной работы	Разделиться на группы по 4-6 человек. Подготовка группы к выполнению коллективной работы: 1. Ознакомиться с теоретическими сведениями (см. лекции и учебник) 2. Изучить теорию. Потребительское поведение как особый вид деятельности в современных обществах. Характеристики процесса потребления.

УК-3.2	При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников, анализирует возможные последствия личных действий	Лр – 1. «Влияние антропоморфологических региональных особенностей населения на систему прогнозов производства и потребления одежды в России» Изучение объективных факторов потребления и спроса: динамики доходов населения, уровня дохода на душу населения, розничного товарооборота, статистических данных о населении РФ, области и города . Прогноз развития рынка одежды
УК-3.3	Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели	ИДЗ – 1. Определение портрета розничного потребителя одежды г.Магнитогорске в разрезе возрастных и доходных сегментов. Социально-демографические, доходные характеристики потребителей; Численность населения по полу и основным возрастным группам по субъектам Российской Федерации.
ПК-3 Способен выполнять работы по проведению исследований	предпроектных	ИДЗ – 2. Сбор материала по заданной теме. Выполнить предпроектный анализ. Темы: 1. Особенности потребительского поведения. Предпочтения потребителей современной одежды. 2. Оценка отношения потребителей к инновациям. Потребление одежды. 3. Понятие идентичности и самопрезентации. Функции одежды. 4. Одежда и социальный статус. 5. Показное потребление, одежда как проявление денежной культуры (Т.Веблен). 6. Одежда и социальная дифференциация: социальное различие. 7. Мода. Этапы распространения моды. 8. Теория просачивания (Г.Зиммель). 9. Антимода.
ПК-3.1	Решает профессиональные задачи по проведению предпроектных дизайнерских исследований	ИДЗ – 3. Выполнить презентацию по заданной теме, используя полученный результат в исследовании. Методы исследования: Контент-анализ вторичной информации (данные Госкомстата, информация из Интернет, статьи в профессиональных изданиях, базы данных, данные собственных реализованных