

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

УТВЕРЖДАЮ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОДВИЖЕНИЕ И АВТОРСКИЙ КОНТРОЛЬ ДИЗАЙН-ПРОЕКТОВ

Направление подготовки

29.04.04 Технология художественной обработки материалов

Направленность/профиль

**Технологические приемы дизайн-визуализации
ювелирно-художественных изделий**

Квалификация (степень) выпускника: *магистр*

**Кострома
2023**

Рабочая программа дисциплины «Продвижение и авторский контроль дизайн-проектов» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 29.04.04 Технология художественной обработки материалов. Приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 969.

Разработал: Заева Н.А., доцент кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования искусств и технического сервиса.

Рецензент: Колодий-Тяжов Л.А. доцент кафедры Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования искусств и технического сервиса, к.э.н.

УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой Технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса:

Шорохов Сергей Александрович, к.т.н., доцент

Протокол заседания кафедры № 9 от 31 мая 2023 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Изучить основные бизнес-процессы отдела маркетинга на примере реальных ювелирных предприятий; знакомство с ролью, а также спецификой маркетинга в ювелирной отрасли и с основными методами продвижения ювелирных изделий на рынке; сформировать умение самостоятельно выполнять различные маркетинговые задачи и осуществлять авторский контроль проекта. Дисциплина является практико-направленный курсом-тренингом, подготовленным для приобретения обучающимися специальных навыков в области маркетинга ювелирных изделий.

Задачи дисциплины:

- изучить специфику маркетинга в ювелирной отрасли в зависимости от целевой аудитории, а также психологию покупателя и основные этапы продаж;
- познакомить с особенностями продукта, а также научить выделять его конкурентные преимущества и подходящие способы продвижения;
- сформировать понимание роли отдела маркетинга на ювелирном предприятии;
- на примере различных предприятий изучить бизнес-процессы и задачи отдела маркетинга;
- познакомить с современными методами продвижения и информационными технологиями, позволяющими решать различные маркетинговые задачи;
- развить умение самостоятельно выполнять различные маркетинговые задачи и осуществлять авторский контроль проекта.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

освоить компетенции:

ПК-9 –проектный маркетинг ювелирно-художественных производств

знать:

- основы ювелирного маркетинга: целевые аудитории различных товарных групп, их психологию, мотивы и этапы принятия решения о покупке;
- способы воздействия на потребителя и способы формирования правильного имиджа продукта;
- организацию работы отдела маркетинга на ювелирном предприятии, его задачи и основные бизнес-процессы;
- способы управления бизнес-процессами в решении конкретной задачи;
- современные способы и формы продвижения дизайн-проектов в ювелирной отрасли.

уметь:

- анализировать и сегментировать целевую аудиторию, понимать её основные мотивы покупки и триггеры;
- выявлять конкурентные преимущества продукта и формировать его имидж;
- позиционировать продукт на рынке через соответствие запросам целевой аудитории;
- грамотно презентовать проекты и самостоятельно выполнять маркетинговые задачи, такие как дизайн, копирайтинг и SMM (social media marketing);
- находить и предлагать идеи маркетинговых мероприятий, а также осуществлять их подготовку;

- использовать различные методы продвижения и информационные технологии в зависимости от задач проекта;
- готовить техническое задание для исполнителей/соисполнителей и осуществлять авторский контроль.

владеть:

- знаниями о ситуации на ювелирном рынке;
- знаниями об организации работы отдела маркетинга, его основным функциям и задачам на предприятии;
- навыками грамотной презентации продукта;
- психологией и техникой продаж;
- современными способами продвижения проекта на рынок;
- навыками организации и поэтапного планирования работ по проекту;
- знаниями в области дизайна и копирайтинга, а также информационными технологиями, позволяющими самостоятельно выполнять маркетинговые задачи или следить за их выполнением.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору блока Б1.В. вариативной части учебного плана. Изучается в 3 семестре (очная форма обучения)

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах:

Управление проектами, Современные коммуникативные технологии и межкультурные взаимосвязи, Создание рекламно-выставочной среды ювелирно-художественных изделий.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин:

Технологическое предпринимательство, Цифровые технологии для ювелирно-художественных изделий.

4. Объем дисциплины

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Всего	Очная форма
		3 семестр
Общая трудоемкость в зачетных единицах	3	3
Общая трудоемкость в часах	108	108
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	38	38
Лекции	12	12
Практические занятия	26	26
Лабораторные занятия	-	-
ИКР	2,35	2,35
Самостоятельная работа в часах в том числе:	31,65	31,65
Подготовка к экзамену	36	36
Форма промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

4.2. Объем контактной работы

Виды учебных занятий	Очная форма
----------------------	-------------

Лекции	12
Практические занятия	26
Лабораторные занятия	-
Консультации	2
Зачет/зачеты	-
Экзамен/экзамены	0,35
Курсовые работы	-
Курсовые проекты	-
Всего	40,35

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

Очная форма обучения

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
3 семестр						
1	Раздел 1. Ювелирный маркетинг. Особенности рынка. Роль отдела маркетинга на предприятии.	31,65	6	12	-	13,65
1.1	Целевая аудитория. Особенности психологии, мотивы и основные триггеры покупки. Методы определения и сегментация по различным критериям. Основы техники продаж.	10	2	4	-	4
1.2	Продукт на ювелирном рынке: как имидж влияет на продажи. Конкурентные преимущества и позиционирование.	10	2	4	-	4
1.3	Отдел маркетинга на предприятии. Функции, задачи и основные бизнес-процессы. Поиск маркетинговых идей.	11,65	2	4	-	5,65
2.	Раздел 2. Продвижение продукта и маркетинговые задачи. Путь проекта: от идеи до реализации.	38	6	14	-	18
2.1	Базовые задачи: фотографирование, дизайн, копирайтинг и как их решать самостоятельно. Связь с целевой аудиторией.	12	2	4	-	6
2.2	Основы работы в команде. Разделение функционала и контроль. Подготовка технического задания и постановка задач. Работа над проектом. Правила хорошей презентации.	14	2	6	-	6

2.3	Основные офлайн и онлайн способы продвижения продукта. Сайт, контекстная реклама, SMM.	12	2	4	-	6
3.	Подготовка к экзамену.	36	-	-	-	-
	ИКР	2,35	-	-	-	-
	Итого:	108	12	26		31,65

5.2. Содержание

1. Раздел 1. Ювелирный маркетинг. Особенности рынка. Роль отдела маркетинга на предприятии.

1.1 Целевая аудитория. Особенности психологии, мотивы и основные триггеры покупки. Методы определения и сегментация по различным критериям. Основы техники продаж.

1.2 Продукт на ювелирном рынке: как имидж влияет на продажи. Конкурентные преимущества и позиционирование.

1.3 Отдел маркетинга на предприятии. Функции, задачи и основные бизнес-процессы. Поиск маркетинговых идей.

2. Раздел 2. Продвижение продукта и маркетинговые задачи. Путь проекта: от идеи до реализации.

2.1 Базовые задачи: фотографирование, дизайн, копирайтинг и как их решать самостоятельно. Связь с целевой аудиторией.

2.2 Основы работы в команде. Разделение функционала и контроль. Подготовка технического задания и постановка задач. Работа над проектом. Правила хорошей презентации.

2.3 Основные офлайн и онлайн способы продвижения продукта. Сайт, контекстная реклама, SMM.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Для очной формы обучения

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Рекомендуемая литература	Форма контроля
1	Ювелирный маркетинг. Особенности рынка. Роль отдела маркетинга на предприятии.		13,65		
1.1	Целевая аудитория. Особенности психологии, мотивы и основные триггеры покупки. Методы определения и сегментация по различным критериям. Основы техники продаж.	Составить майнд-карту целевой аудитории для конкретного ювелирного продукта	4	1-14	Опрос, проверка самостоятельной работы
1.2	Продукт на ювелирном рынке: как имидж влияет на продажи. Конкурентные преимущества и	Проанализировать ювелирный продукт, подготовить описание	4	1-14	Опрос, проверка самостоятельной работы

	позиционирование.	конкурентных преимуществ.			
1.3	Отдел маркетинга на предприятии. Функции, задачи и основные бизнес-процессы. Поиск маркетинговых идей.	Составить карту одного из бизнес-процессов по выбору.	5,65	1-14	Опрос, проверка самостоятельной работы
2.	Продвижение продукта и маркетинговые задачи. Путь проекта: от идеи до реализации.		18		
2.1	Базовые задачи: фотографирование, дизайн, копирайтинг и как их решать самостоятельно. Связь с целевой аудиторией.	Выбрать продукт и подготовить для него описание, фото и/или дизайн-проект	6	1-14	Проверка самостоятельной работы
2.2	Основы работы в команде. Разделение функционала и контроль. Подготовка технического задания и постановка задач. Работа над проектом. Правила хорошей презентации.	Проектная работа в команде. Подготовить презентацию проекта.	6	1-14	Проверка самостоятельной работы
2.3	Основные офлайн и онлайн способы продвижения продукта. Сайт, контекстная реклама, SMM.	Составить план продвижения для ювелирного продукта.	6	1-14	Опрос, проверка самостоятельной работы
3.	Подготовка к экзамену		-		Экзамен
	ИТОГО:		31,65		

6.2. Методические рекомендации студентам, изучающим дисциплину «Продвижение и авторский контроль дизайн-проектов»

Изучение данной дисциплины позволит студентам овладеть совершенно уникальным пластом знаний, который расширит их знания и умения, увеличит их востребованность на рынке труда.

Студенту настоятельно рекомендуется посещать лекции ввиду ограниченного количества литературы по данной тематике, постоянного обновления содержания лекций, большого объема наглядного и демонстрационного материала. Самостоятельная работа студента складывается из изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы, подготовке к лабораторным работам по вопросам и заданиям, выданным преподавателям в конце лекции.

В процессе обучения предусмотрено самостоятельное выполнение большого количества работ (альбомы, проекты, рефераты). Все материалы по лабораторным работам рекомендуется сохранять в одном альбоме, так как это позволяет брать данные для последующих работ. Выводы по работе должны содержать анализ полученных результатов и объяснение полученных данных.

Допуск студента к следующей работе возможен при положительной оценке по опросу и защите отчета.

6.3. Тематика и задания для практических занятий

Раздел 1. Ювелирный маркетинг. Особенности рынка. Роль отдела маркетинга на предприятии.

1.1 Целевая аудитория. Особенности психологии, мотивы и основные триггеры

покупки. Методы определения и сегментация по различным критериям. Основы техники продаж.

- Всесторонний анализ целевых аудиторий разных брендов и разных ювелирных продуктов: выявление особенностей психологии, мотивов и основных триггеров покупки.
- Сегментация целевой аудитории по различным критериям.
- Разбор кейсов, основанных на реальных клиентских историях и запросах.
- Тренировка основ техники продаж в парах.

Задание: Составить майнд-карту целевой аудитории для конкретного ювелирного продукта

1.2 Продукт на ювелирном рынке: как имидж влияет на продажи. Конкурентные преимущества и позиционирование.

- Анализ и поиск конкурентных преимуществ для разных товарных групп
- Разработка «пользовательских сценариев»
- Анализ позиционирования ювелирных фирм, их брендов, сильных и слабых сторон
- Формирование уникального торгового предложения товара, его имиджа и позиционирования.

Задание: Проанализировать ювелирный продукт, подготовить описание конкурентных преимуществ.

1.3 Отдел маркетинга на предприятии. Функции, задачи и основные бизнес-процессы. Поиск маркетинговых идей.

- Разбор кейсов: реальный опыт работы отдела маркетинга
- Разработка структуры отдела маркетинга для фирмы
- Разработка бизнес-процесса для одной из задач на выбор: новая коллекция, работа с новым клиентом по опту, акция для увеличения продаж и т.д.

Задание: Составить карту одного из бизнес-процессов по выбору.

Раздел 2. Продвижение продукта и маркетинговые задачи. Путь проекта: от идеи до реализации.

2.1 Базовые задачи: фотографирование, дизайн, копирайтинг и как их решать самостоятельно. Связь с целевой аудиторией.

- Предметная съёмка
- Дизайн и вёрстка полиграфии/сайта
- Знакомство и работа в интернет-помощниках Canva, Figma, Tilda
- Копирайтинг: написание текстов о компании, о продукте, коммерческих предложений.

Задание: Выбрать продукт и подготовить для него описание, фото и/или дизайн-проект

2.2 Основы работы в команде. Разделение функционала и контроль. Подготовка технического задания и постановка задач. Работа над проектом. Правила хорошей презентации.

- Подготовка технических заданий для разных целей.
- Командная работа над проектом, поиск идей
- Анализ референсов и примеров
- Подготовка структуры удачной презентации с учётом возможных пользовательских сценариев

Задание: Проектная работа в команде. Подготовить презентацию проекта.

2.3 Основные офлайн и онлайн способы продвижения продукта. Сайт, контекстная реклама, SMM.

- Разбор референсов, кейсов зарубежных и отечественных компаний
- Знакомство с механизмом запуска контекстной рекламы.
- Знакомство с SMM.

Задание: Составить план продвижения для ювелирного продукта.

6.4. Тематика и задания для лабораторных занятий (при наличии)

Не предусмотрены

6.5. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов) при наличии

Не предусмотрены

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование	Количество/ссылка на электронный ресурс
	а) основная:	
1	Филипп Котлер. Основы маркетинга: краткий курс. – СПб.: Питер, 2008.	
2	Роберт Огилви. О рекламе. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.	
3	Роберт Чалдини. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2016.	
4	Роберт Чалдини. Психология убеждения: важные мелочи, гарантирующие успех. – СПб.: Питер, 2016.	
5	Максим Ильяхов. Пиши, сокращай. – М.: Альпина Паблишер, 2018.	
6	Крис Андерсен. TED TALKS. Слова меняют мир. – М.: Э, 2016.	
7	Денис Каплунов. Бизнес-копирайтинг. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.	
8	Сьюзен Уэйншек. Сто новых главных принципов дизайна: как удержать внимание. – СПб.: Питер, 2016.	
9	Джон Вьюбер. Контент – это валюта. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.	
10	Тим Браун. Дизайн-мышление в бизнесе. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.	43

11	Мексон М. Основы менеджмента. – М.: Вильямс, 2009.	
<i>б) дополнительная:</i>		
12	Экстремальная Toyota. Парадоксы успеха японского менеджмента. Под редакцией К. Успенского – М.: Юрайт, 2012.	20
13	Рэдмонд Надо. Живые бренды. Новый подход к созданию и продвижению брендов. – М.: Гребенников, 2009.	
14	Нейтан Яу. Искусство визуализации в бизнесе. Как представить сложную информацию простыми образами. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.	

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Университетская библиотека online»
3. ЭБС «Znanium»

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Лекционная аудитория корп.Ж, ауд. 202	Портативное видеопрезентационное оборудование: Ноутбук Lenovo IdeaPad B5070 Blak 59435830 (Intel Core i7-4510U 2.0GHZ/4096Mb/1000Gb/ DVD-RW/Radeon R5 M230 2048Mb/Wi-Fi/Bluetooth/Cam/15.6/1366*768/Windows 8.1 64-bit); Проектор Aser P-series в комплекте с экраном ELITE SCREENS и кабелем VGA Konoos HD 15M/15M Pro (20.0 м) для подключения + комплект колонок SVENSPS-70. Рабочая доска. Посадочные места на 32 студента, рабочее место преподавателя.	LibreOffice GNU <u>LGPL v3+</u> , свободно распространяем ый офисный пакет с <u>открытым</u> <u>исходным кодом</u> Adobe Acrobat Reader, проприетарная, бесплатная программа для просмотра

		документов в формате PDF
--	--	-----------------------------