

УДК 687.01(075)
ББК 37.24я73
Ф81

Рецензенты:

Е. В. Чихун, директор ООО «МодАмур»;

В. Ю. Юрков, д-р техн. наук, профессор кафедры
прикладной информатики и математики ФГБОУ ВО ОмГПУ

Фот, Ж. А. Проектирование промышленных коллекций [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ж. А. Фот, Е. В. Евдущенко, Л. В. Юферова ; Минобрнауки России, ОмГТУ. – Электрон. текст. дан. (32,88 Мб). – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2019. – 1 электрон. опт. диск. – Минимальные системные требования: процессор Intel Pentium 1,3 ГГц и выше; оперативная память 256 Мб и более; свободное место на жестком диске 260 Мб и более; операционная система Microsoft Windows XP/Vista/7/10; разрешение экрана 1024×768 и выше; акустическая система не требуется; дополнительные программные средства Adobe Acrobat Reader 5.0 и выше. – ISBN 978-5-8149-2910-5.

В пособии рассмотрены теоретические основы проектирования промышленных коллекций различного ценового уровня с учётом модных тенденций в дизайне одежды и характеристики потребителей.

Предназначено для аудиторной и самостоятельной работы студентов, обучающихся по направлению 29.03.05 и 29.04.05 «Конструирование изделий легкой промышленности».

Редактор *А. Ю. Леонтьева*
Компьютерная верстка *Е. В. Беспаловой*

Сводный темплан 2019 г.
Подписано к использованию 16.09.19.
Объем 32,88 Мб.

© ОмГТУ, 2019

ПРЕДИСЛОВИЕ

Глобализация экономики, относительная дешевизна производства и экспорта одежды из азиатских стран привели к бурному росту рынка готовой одежды. Следствием этого стало повышение требований потребителей как к дизайну, так и к качеству швейных изделий. Потребитель хочет видеть в магазине одежду, соответствующую его представлениям о собственном имидже, затрачивая минимум времени и усилий при выборе из множества вариантов. В сложившихся условиях, задача производителей одежды заключается в разработке промышленных коллекций, включающих максимально широкий ассортимент изделий, легко объединяющихся в комплекты на все случаи жизни, при этом отражающие тенденции моды и удовлетворяющие запросам различных потребителей. Условия конкуренции заставляют производителей искать пути обеспечения хорошего качества и оптимальной цены товара.

В пособии изложены основные этапы проектирования и промышленного производства одежды, начиная с истории возникновения и развития дизайна и заканчивая современными технологиями производства коллекций. Особое внимание уделено описанию методов активизации творческого процесса, применяющихся в дизайне современной одежды, характеристике современных стилевых направлений. В соответствии с практическими задачами, стоящими перед специалистами в области промышленного проектирования одежды, в пособии освещены вопросы, связанные с прогнозированием спроса, модных тенденций, выявлением покупательских предпочтений, разработкой оптимальной структуры коллекции.

Пособие состоит из пяти глав.

В первой главе кратко освещена история промышленного дизайна в Европе и рассмотрены предпосылки его возникновения.

Вторая глава посвящена изучению методов поиска творческой идеи в дизайне костюма. На конкретных примерах рассмотрены группы эвристических и комбинаторных методов дизайна одежды.

В третьей главе дана характеристика базовых стилей в дизайне одежды и стилевых направлений, входящих в их состав. Иллюстративный материал позволяет наглядно и детально изучить особенности стилей. Отдельно рассмотрены новые стилевые направления 21 века, которые находятся на этапе бурного развития и становления, и будут определять моду будущих десятилетий. Особое внимание уделено уличной моде, которая является отражением предпочте-

ний потребителей различных социальных групп и мощнейшим источником творчества для современных дизайнеров.

Четвертая глава содержит информацию, необходимую для проектирования промышленных коллекций одежды в условиях современной экономики. Определены задачи и функции моды, степень ее влияния на различные группы потребителей. Рассмотрены основные этапы проектирования коллекций и принципы их формирования в зависимости от целевого сегмента потребителей.

Пятая глава содержит информацию об особенностях проведения маркетинговых исследований в швейной отрасли. Рассмотрены различные проекты маркетинговых исследований, актуальные методы сбора информации.

Помимо основной части пособие содержит введение, заключение, приложение и словарь терминов и определений.

Теоретический материал пособия дополнен большим количеством иллюстраций, помогающих студентам использовать различные виды памяти при изучении дисциплины, в том числе зрительную и ассоциативную. Примеры, приведенные в работе, способствуют лучшему усвоению материала учащимися.

Особенностью данного пособия является попытка авторов связать творческую составляющую деятельности дизайнера с актуальными задачами проектирования современных промышленных коллекций. Оно основывается на всестороннем изучении потребителя, поэтому специалист швейной отрасли не может оставаться в стороне от этой деятельности и должен овладеть базовыми навыками получения и анализа информации о потенциальном потребителе.

Авторы выражают благодарность Виктору Юрьевичу Юркову и Евгении Васильевне Чихун за ценные замечания и предложения, сделанные при рецензировании рукописи учебного пособия.

Ж. А. Фот