

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

Кафедра искусства костюма и текстиля

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
АНАЛИТИКА ТРЕНДОВ

Уровень высшего образования – бакалавриат
Направление подготовки - 54.03.03 Искусство костюма и текстиля
Профиль - Дизайн костюма и текстиля
Форма обучения – очная
Год набора - 2024 год

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направления подготовки 54.03.03 Искусство костюма и текстиля, профиль Дизайн костюма и текстиля утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13.08.2020 №1005.

Программу разработала А. Н. Кузьмина преподаватель кафедры искусства костюма и текстиля

Рассмотрено на заседании кафедры искусства костюма и текстиля (Академия Матусовского)

Протокол № 1 от 28.08.2024 г.

Зав. кафедрой

А. С. Малхасян

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Аналитика трендов» входит в часть, дисциплин формируемых участниками образовательного процесса и адресована студентам 1 курса направления подготовки 54.03.03 – факультета изобразительного и декоративно-прикладного искусства Академия Матусовского. Дисциплина реализуется кафедрой «Искусство костюма и текстиля».

Дисциплина «Аналитика трендов» дает студентам знания по научному прогнозированию трендов, обоснование и понимание будущего в индустрии моды, основание и понимание будущего в индустрии моды; позволяет анализировать спрос, потребности, выявлять новые перспективы развития, дает понимание того, как изменения в обществе и культуре влияют на индустрию моды, как она будет развиваться и меняться в перспективе ближайших 5-10 лет, какие сервисы, продукты и виды коммуникации станут актуальными в будущем.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме:

устная (устный опрос, защита письменной работы, доклад по результатам самостоятельной работы и т. п.);

письменная (письменный опрос, выполнение практических заданий и т. д.).

И итоговый контроль в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 36 часов, практические занятия – 34 часа, самостоятельная работа – 56 часов, контроль – 18 часов

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель преподавания дисциплины: ознакомить студентов с основами прогнозирования трендов и работы с аналитическими сводками, приобрести навыки ведения работы в рамках проектных коллективов,

умение формулировать технические задания, применять методы теоретического и экспериментального исследования в профессиональной деятельности .

Задачи изучения дисциплины:

- рассмотреть основные методы и инструменты прогнозирования
- представить основные направления развития моды,
- обучить основам работы крупных компаний,
- познакомить со способами визуализации трендов, основными этапами разработки и выполнения научных прогнозов.
- развить подлинный интерес к профессии, понимание стратегий профессионального развития и роста.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Курс входит в часть, дисциплин формируемых участниками образовательного процесса подготовки студентов по направлению подготовки 54.03.03 факультета изобразительного и декоративно-прикладного искусства Академия Матусовского кафедры «Искусство костюма и текстиля».

Дисциплина «Аналитика трендов» формирует у студентов набор знаний, умений, навыков и компетенций, которые могут быть использованы при прохождении производственной и преддипломной практик и выполнении выпускных квалификационных работ, могут быть использованы в научно-исследовательской, художественной, проектной, информационно-технологической деятельности по направлению подготовки «Искусство костюма и текстиля».

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 54.03.03 Искусство костюма и текстиля ПК-5

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ПК- 5	Способен варьировать форму изделий искусства костюма и текстиля в соответствии с новыми технологическими решениями	<p>Знать: место, роль, значимость и возможности применения трендов в современной моде; сегментацию фешн индустрии, положение трендов в ней; аналитику сезонных изменений; прогнозирование трендов и работу с аналитическими сводками; циклы тенденций крупных компаний.</p> <p>Уметь: применять различные техники исследований; работать с аналитическими сводками и проводить прогнозирование трендов; проводить микроисследования рынка; проводить обзор трендов в перспективе; выбирать соответствующую поставленной задаче тренды для создания необходимого продукта и контента.</p> <p>Владеть: основными стилевыми приемами трендов; различными принципами сочетаемости трендов; грамотным применением техник исследований и созданием тренд прогнозов</p>

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Названия смысловых модулей и тем	Количество часов				
	всего	в том числе			
		л	п	кон	с.р.
1	2	3	4	5	7
Тема 1. Введение в дисциплину . Аналитика моды. Сегментация fashion индустрии.	8	2	2	-	4
Тема 2. Тренды и тенденции	8	2	2	-	4
Тема 3. Современные Дома моды. Позиционирование.	8	2	2	-	4
Тема 4. Диффузия инноваций	8	2	2	-	4
Тема 5. Кулхантинг. Методы и инструменты прогнозирования.	10	4	2	-	4
Тема 6. Трендвотчинг	12	4	4	-	4
Всего за 1 семестр	54	16	14	-	24
Тема 7. Аналитика сезонных изменений. Краткосрочная и долгосрочная мода.	18	4	4	4	6
Тема 8. Работа с аналитическими сводками и создание мудбордов. Способы визуализации трендов.	18	4	4	4	6
Тема 9. Составление тренд прогнозов.	18	4	4	4	6
Тема 10. Тренды на 2023	18	4	4	4	6
Тема 11. Составление тренд прогнозов на 2024, 2025годы	18	4	4	2	8
Всего за 2 семестр	90	20	20	18	32
Всего часов	144	36	34	18	56

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ I. Основы аналитики трендов

Тема 1. Введение в дисциплину. Аналитика моды. Сегментация fashion индустрии.

1. Понятие индустрии моды
2. Сегменты рынка (классификация марок, ценовая политика, способ выпуска коллекций).

Тема 2. Тренды и тенденции

1. Понятие тренда
2. Понятие тенденции

Тема 3. Современные Дома моды. Позиционирование.

1. Подразделения Модного дома
2. Основные тенденции в организации Модных домов.
3. Позиционирование.

Тема 4. Диффузия инноваций

1. Сущность инноваций
2. Этапы инноваций

Тема 5. Кулхантинг. Методы и инструменты прогнозирования.

1. Что такое кулхантинг
2. Методы и практика кулхантинга

Тема 6. Трендвотчинг

1. Что такое трендвотчинг.
2. Иерархия трендов

РАЗДЕЛ II. Разработка тренд-прогноза

Тема 7. Аналитика сезонных изменений . Краткосрочная и долгосрочная мода.

1. Модные циклы.
2. Что анализируют для понимания моды.

Тема 8. Работа с аналитическими сводками и создание мудбордов. Способы визуализации трендов.

1. Подходы к выявлению трендов
2. Составление мудбордов.

Тема 9. Прогноз трендов в цветах, конструкциях, материалах, декоре.

1. Коммерчески модный тренд
2. Тренды в цветах, конструкциях, материалах, декоре. Обзор ритейла: фото моделей коллекций за 1,5 месяца до появления в торговом зале. Фото изделий в магазинах. Аналитические отчеты. Показы. Профессиональные выставки. Street style. Новости и блоги.
3. Адаптация трендов.

Тема 10. Составление тренд прогнозов.

1. Аналитика предыдущих сезонов.
2. История моды.
3. Яркие тренды .
4. Тренды на предстоящий сезон.
5. Антитренды.

Тема 11 Тренды на 2023

1. Подходы к выявлению трендов
2. Составление мудбордов.
3. Тренды 2023.
 - «Тихая Роскошь»
 - «Олд Мани»
 - Пайетки
 - Прозрачность
 - Кожа
 - Деним
 - «Балет кор»
 - «Барби кор»
 - «Славик Бимбо»
 - «Офис кор»

Тема 12 Составление тренд прогнозов на 2024, 2025 годы

1. Аналитические отчеты. Показы. Профессиональные выставки. Street style. Новости и блоги
2. Мудборд трендов на сезоны 24-25 годов.

7. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Основными формами самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Аналитика трендов» является работа над темами для самостоятельного изучения

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, доклада по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к практическим занятиям;
- для студентов заочной формы обучения – выполнение контрольной работы;
- подготовка к экзамену

Целью проведения самостоятельных занятий является получение студентами практических навыков работы при работе над определением трендов, а также применение этих навыков для создания художественного трендового образа.

Самостоятельная работа студентов предназначена для внеаудиторной работы по закреплению теоретического курса и практических навыков дисциплины; по изучению дополнительных разделов дисциплины, подготовки к экзамену, а также включает:

- подготовку к проекту (подбор прототипов, разработка эскизов);
- отработку стилистики;
- разработку проекта на заданную тему и в заданной форме представления;
- выполнение трендового образа на модели.

В течение всего I семестра студенты готовят материалы и самостоятельно выполняют задания по различным стилевым направлениям.

В течение всего II семестра студенты готовят материалы и самостоятельно выполняют задания с учетом модных тенденций .

8. КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

8.1. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ I СЕМЕСТР

Тема 1. Аналитика моды. Сегментация fashion индустрии.

Термины: от-кутюр, прет-а-порте, прет-а-порте де люкс, Диффузные бренды, бридж-бренды, массмаркет

Выполнить: проанализировав модные бренды Луганских магазинов одежды определить сегментацию их продукции

Литература:

1. Беляев, В.И. Мода: Основы теории и практики: учебник. - М.:КНОРУС, 2010. - 672 с.
2. Ильин Владимир Иванович Поведение потребителей. 1-е издание, 2000 год, 224 стр.
3. Казанцева, А.К. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: учеб. пособие / А.К. Казанцева. - М.: Экономика, 2009. - 518с

Тема 2. Тренды и тенденции.

Термины: модный тренд, модная тенденция, трендсеттеры

Выполнить: изучить, сравнить и проанализировать тенденции в моде на основе анкетирования студентов

Литература:

1. Калужский М.А. Практический маркетинг:учебник/ ОмГТУ.- Москва; Берлин:Директ-Медиа, 2021-102с.
2. Килошенко М.И. Психология моды. Изд-во: Оникс, 2006, 320 стр.
3. Ключко И.Л. Основы прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта // Владивосток, 2015 // 138 с.

Тема 3. Современные Дома моды. Позиционирование.

Термины: фирменный стиль, реклама, дизайн, сайт, брендинг, стиль, сервис, слоган, продвижение

Выполнить: определить целевую аудиторию выбранного тренда, найти трендовые модели одежды в конкретных магазинах

Литература:

1. Беляев, В.И. Мода: Основы теории и практики: учебник. - М.:КНОРУС, 2010. - 672 с.
2. Калужский М.А. Практический маркетинг:учебник/ ОмГТУ.- Москва; Берлин:Директ-Медиа, 2021-102с.
3. Килошенко М.И. Психология моды. Изд-во: Оникс, 2006, 320 стр.
4. Ключко И.Л. Основы прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта // Владивосток, 2015 // 138 с.

Тема 4. Диффузия инноваций.

Термины: инновация, инноватор, диффузия, анонс, реклама, первопроходец, пользователь, маркетолог

Выполнить: разработать рекламные рекомендации, отзывы, анонсы презентаций и презентации товара своего бренда, разместить их на сайтах, проанализировать покупательский интерес.

Литература:

1. Бабаскин, С.Я. Инновационный проект. Методы отбора и инструменты анализа рисков / С.Я. Бабаскин. - М.: Юнити - Дана, 2009. - 2009

2. Ильин Владимир Иванович Поведение потребителей. 1-е издание, 2000 год, 224 стр.
3. Казанцева, А.К. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: учеб. пособие / А.К. Казанцева. - М.: Экономика, 2009. - 518с
4. Калужский М.А. Практический маркетинг:учебник/ ОмГТУ.- Москва; Берлин:Директ-Медиа, 2021-102с.

Тема 5. Кулхантинг

Термины: кулхантер, поп-культура, мода, киноиндустрия, мобильные технологии

Выполнить: на основе анализа ассортимента магазинов, последних показов мод, популярных фильмов, компьютерных игр определить тренды и веяния, которые исчезают, набирают обороты и возможны в будущем.

Литература:

1. Калужский М.А. Практический маркетинг:учебник/ ОмГТУ.- Москва; Берлин:Директ-Медиа, 2021-102с.
2. Килошенко М.И. Психология моды. Изд-во: Оникс, 2006, 320 стр.
3. Ключко И.Л. Основы прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта // Владивосток, 2015 // 138 с.

Тема 6. Трендвотчинг

Термины: Трендвотчер, насмотренность, интерпретация, мониторинг, опрос, мастхев

Выполнить: проанализировать последние новости моды из соцсетей, последние научные открытия в технологии изготовления одежды, мнения экспертов и модных блогеров, ассортимент магазинов, покупательский интерес и определить будущие тренды

Литература:

1. Казанцева, А.К. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: учеб. пособие / А.К. Казанцева. - М.: Экономика, 2009. - 518с
2. Килошенко М.И. Психология моды. Изд-во: Оникс, 2006, 320 стр.
3. Ключко И.Л. Основы прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта // Владивосток, 2015 // 138 с.

II СЕМЕСТР

Тема 7. Аналитика сезонных изменений. Краткосрочная и долгосрочная мода.

Термины: анализ, формообразование, ДНК бренда, композиция, цикличность, стратегия, прогнозирование

Выполнить: на основании анализа показов мод определить долгосрочные тренды или тренды большой модной волны (базовые силуэты и сочетания), средней модной волны (эстетика разных десятилетий), и краткосрочные тренды или сезонные (идеи и детали на 1-2 сезона)

Литература:

1. Брун В., Тильке М. История костюма. М., 1996.
2. Будур Н. История костюма. М. "Олма-Пресс" 2001.
3. Васильев А. Этюды о моде и стиле. Серия: Le Temps des Modes. Изд-ва: Фешн Букс, Глагол, 2007, 592 стр.
4. А.Б.Гофман. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения, М., 2000

Тема 8. Работа с аналитическими сводками и создание мудбордов. Способы визуализации трендов.

Термины: мудборд, дизайн, коллаж, стилистика, концепция, иллюстрация, референс

Выполнить: на основе анализа модного рынка выполнить мудборд одного из предполагаемых трендов одежды (подобрать визуальные элементы – цветовые сочетания, текстуры, фотографии, иллюстрации, референсы)

Литература:

1. Грицак Е. Н. «Популярная история моды» — М: АСТ Москва, 2009 — с.123–124
- Гофман А. Б. «Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения». 3-е изд. — Спб.: Питер, 2004 — с.13–15
- 2.Латов Ю. И. Индустрия моды. М. "РД"; 2007
3. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент В.Г. Медынский. - М.: Инфра - М, 2008. - 304с

Тема 9. Составление тренд прогнозов.

Термины: потребность, спрос, опрос, анкетирование, анализ, аналог, реклама

Выполнить: разработать анкету и провести анкетирование студенческой аудитории по интернету, определить потребности в определенных товарах и их наличии на рынке, выявить аналоги и потенциальных конкурентов, определить перечень часто запрашиваемой продукции, которая может стать трендовой.

Литература:

1. А.Б.Гофман. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения, М,. 2000
- Гофман А.Б. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований.1992. Вып.3. С.123- 142.
2. Ключко И.Л. Основы прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта // Владивосток, 2015 // 138 с.

Тема 10. Тренды на 2023

Термины: гранж, винтаж, минимализм, акценты ,деним

Выполнить: мудборд с визуализацией трендов на 2023год на листах бумаги формата А4 акварельными красками (кожаные вещи, акцент на плечи, брюки-карго, перья, вырезы и разрезы, вытертый деним, полупрозрачные ткани, низкая посадка, юбки-мини, лохмотья и бахрома, объемные цветы, красно-малиновый цвет)

Литература:

1. Брун В., Тильке М. История костюма. М., 1996.
2. Будур Н. История костюма. М. "Олма-Пресс" 2001.
3. Васильев А. Этюды о моде и стиле. Серия: Le Temps des Modes. Изд-ва: Фешн Букс, Глагол, 2007, 592 стр.
4. А.Б.Гофман. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения, М,. 2000
- Гофман А.Б. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований.1992. Вып.3. С.123- 142.
5. Грицак Е. Н. «Популярная история моды» — М: АСТ Москва, 2009 — с.123–124
- 6.Латов Ю. И. Индустрия моды. М. "РД"; 2007
- 7.Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов. Т. I, М.,1993. методические и прикладные аспекты: Учебное пособие.

Тема 11. Составление тренд прогнозов на 2024, 2025 годы

Термины: аутфит , полиэстер, винтаж, кэжуал, капсульная коллекция, принт, оверсайз, мудборд, балет кор, Барби кор ,»тихая роскошь», «олд мани», «Славик Бимбо», «офис кор»

Выполнить: мудборды с визуализацией трендов на 2024 и 2025 годы на листах бумаги формата А4 акварельными красками (пальто, жакеты О- силуэта, брюки прямого кроя, имитация мехов, прозрачность, капюшоны, фактурные юбки, неряшливый стайлинг, нелепые шапки, расслабленный офис-кор)

Литература:

1. Брун В., Тильке М. История костюма. М., 1996.
2. Будур Н. История костюма. М. "Олма-Пресс" 2001.
3. Васильев А. Этюды о моде и стиле. Серия: Le Temps des Modes. Изд-ва: Фешн Букс, Глагол, 2007, 592 стр.
4. А.Б.Гофман. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения, М., 2000
Гофман А.Б. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований.1992. Вып.3. С.123- 142.
5. Грицак Е. Н. «Популярная история моды» — М: АСТ Москва, 2009 — с.123–124
- 6.Латов Ю. И. Индустрия моды. М. "РД"; 2007
- 7.Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов. Т. I, М.,1993.методические и прикладные аспекты: Учебное пособие.

8.2. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ / УСТНЫЙ ИЛИ ПИСЬМЕННЫЙ ОПРОС

I СЕМЕСТР

1. Дайте определение понятия индустрии моды

Индустрия моды - это сектор экономики, включающий в себя производство и сбыт товаров.

2. Какие существуют сегменты рынка (классификация марок, ценовая политика, способ выпуска коллекций).

От-кутюр - бренды люксового сегмента, изделия которых всегда характеризуются эксклюзивностью, сложностью изготовления, наличием автора, высоким качеством материалов, преимуществом ручного производства.

Прет-а-порте де люкс - бренды премиум-сегмента, продукция которых обычно характеризуется наличием автора, небольшой серийностью моделей, высоким качеством материалов

Прет-а-порте — бренды премиум-класса, продукция которых обычно характеризуется наличием автора, преимущественной направленностью на повседневное использование, меньшими ценами, более демократичным подходом к выбору материалов.

Диффузные бренды — вторые и третьи линии дизайнерских брендов.

Бридж-бренды — переходные бренды между прет-а-порте и масс-маркетом.

Утилитарные бренды (contemporary) — марки массового доступного стиля

3. Дайте определение понятия тренда

Тренд – новинка сезона, только представленная на подиумах.

4. Что влияет на формирование тренда?

- развитие технологий
- изменения в философии
- экономическая ситуация

5. Дайте определение понятия тенденции

Тенденция – общее направление сезона, которое прослеживается в коллекциях разных дизайнеров на протяжении нескольких сезонов.

6. Кто такие тренд-хантеры?

Тренд-хантеры- это сотрудники тренд-бюро, которые ездят по миру и изучают культурные и технологические новинки, общаются с представителями различных субкультур, исследуют социальные веяния, геополитические события. На основании анализа всего этого тренд-хантеры в общих чертах прогнозируют тренды и тенденции.

7. Кто такие стрит-стайлеры?

Стрит-стайлеры- это люди на улицах города, одетые в городскую стильную одежду.

8. Каковы основные тенденции развития мировой моды

- Все больше внимания уделяется экологичности материалов.
- Создание антибактериальных, антиаллергических, защищающих от ультрафиолетовых лучей или, наоборот, полностью пропускающих ультрафиолет тканей.
- Высокоэффективные способы обработки тканей
- Унификация одежды, распространение моды унисекс.

9. По чем отслеживают результативность тренда?

- По стилистике тренда (комбинация и актуальность ретротрендов), цветовая гамма, текстильное предложение (ткани и материалы), орнаменты, отделка (декор, вышивка), детализация (аксессуары);

- По этапам спада и подъема
- По результатам продаж по сезонам;
- По фотографиям целевой аудитории на улице.

10. Какие существуют подразделения Модного дома?

- Отвечающие за создание коллекции под руководством модельера;

- Отвечающие за массовое производство, тиражирование коллекции;

- Отвечающие за продажи (маркетинговая служба, Служба оптовых продаж, входящие в состав модного дома бутики).

11. Основные тенденции в организации Модных домов.

- Если во главе Модного Дома стоит модельер (тогда основным подразделением, отвечающий за создание коллекции, а производство и продажи будут подчинены творческому замыслу маэстро).

- Это может быть бизнесмен, избравшим поле своей деятельности индустрию моды (в этом случае модельеры в его модном доме будут занимать подчиненное положение, а основной будет служба продаж, которая и будет диктовать модельерам, что и как им создавать).

- Основным может стать и производственное подразделение (часто это бывает на бывших государственных швейных фабриках, где основной задачей является загрузка существующих производственных мощностей, простаивающего оборудования), на которое будут работать модельеры и отдел продаж.

12. Что такое аутсорсинг?

Это делегирование непрофильных задач или процессов компании сторонним подрядчикам или организациям.

Аутсорсинг позволяет компании сэкономить на выплатах штатным сотрудникам и направить время и ресурсы на выполнения профильных задач бизнеса.

13. Примеры позиционирования Дома Моды.

- Основная линия - кутюр
- Вторая линия высококачественной одежды, в том числе спортивной, верхней одежды и аксессуаров для бизнесменов
- Вторая линия актуальных изделий для молодых покупателей
- Молодежная линия - с акцентом на новейших технологиях и экологическом аспекте
- Бренд нижнего уровня - быстрая мода джинсовой одежды в стиле "городская мода"

14. Что такое Диффузия инноваций?

Диффузия инноваций - это процесс распространения новшеств в обществе

15. Какие факторы побуждают к инновациям?

Первый - это реально существующая или потенциальная потребность в новшестве данного типа.

Второй фактор - это научно-технический прогресс.

Третьим фактором является конкуренция.

15. Сущность инноваций

Сущность инновации состоит в появлении новшества: новых изделий, элементов на рынке .

16. Этапы инноваций

- Исследовательский
- Проектирование
- Производственный
- Коммерческий

17. Этапы распространения тренда.

- Инноваторы – это часто богемы или маргиналы, непосредственно создатели тренда
Ранние последователи

Это инсайдеры мира моды (фэшн-блогеры, стилисты) или публичные лица, своим авторитетом укрепляющие тренд.

- Раннее большинство

Они популяризируют тренд.

- Позднее большинство

Далее возникает «позднее большинство», которые только раздумывают о приобретении модных объектов в тренде.

- Консерваторы

18. Что такое кулхантинг

Кулхантинг — поиск новых трендов и стилей.

19. Методы и практика кулхантинга

- Скрытый кулхантинг

Лидеров целевой аудитории нанимают, чтоб они тайно занимались сбором информации среди своих знакомых.

- Он-лайнный кулхантинг

20. Что такое анти-кулхантинг?

Антикулхантинг- это исследование социальных маргинальностей, кича, всего эксцентричного, претенциозно дешевого, непрофессионального и ненаучного.

21. Что такое трендвочинг.

Трендвочинг – это процесс наблюдения за трендами.

22. Иерархия трендов

- Мода – быстро проходящее явление

- Микротренды – изменения, происходящие вокруг нас постоянно и которые мы не всегда замечаем

- Макротренды – долгосрочные и краткосрочные изменения

- Мегатренды – определяют развитие мировой экономики в целом

23. Что включает экосистема человека?

- Стиль жизни (мобильность, домашний уют, жизнь в городе)

- Здоровье (питание, уход, телесное и ментальное)

- Благополучие (финансы, страхование, коммуникации, платформы и экосистемы)

- Технологии и возможности (наука, инновации)

- Работа (бизнес, стартапы)

- Образование (культура, профессии, среда)

24. Что такое модный цикл

Модный цикл характеризуется рождением, развитием, функционированием и сменой модных стандартов.

25. Модные циклы.

- БОЛЬШАЯ МОДНАЯ ВОЛНА

Большая модная волна это относительно большой промежуток времени, который является прямым отражением экономических, политических и социально-культурных явлений в обществе.

Большая волна выражается именно в базовых силуэтах и определенной комплектации вещей в образе.

- СРЕДНЯЯ МОДНАЯ ВОЛНА

Макро-тренды. Например, внутри текущего большого цикла дизайнеры постоянно вдохновляются эстетикой разных модных десятилетий: 60-е, 70-е, 80-е, 90-е, теперь уже и 2000-е.

- МЕЛКИЕ ВСПЛЕСКИ

Сезонные тренды – это яркие дизайнерские идеи и детали, которые живут всего один-два сезона.

26. Что анализируют для понимания моды.

Фильмы, выставки, книги и дизайнерские показы, фотографии, события, шутки.

27. Подходы к выявлению трендов

Первый подход- «формальный» - исследуется именно форма костюма. Для выявления этих закономерностей проводится анализ развития форм костюма на протяжении определенного отрезка времени, т. е. определяется, в какой момент повторятся те или иные силуэты и формы.

Второй подход - ориентирован на все структурные компоненты моды в целом, когда прогнозируются различные аспекты образа жизни людей и их потребности. В этом случае прогнозируют развитие общества, а не отдельные «моды».

28. Что такое мудборд?

Это коллекция изображений с текстурами, элементами типографики, цветовой палитрой и цитатами.

29. Составление мудбордов.

Все элементы мудборда размещаются в виде коллажа на одном поле. Мудборд помогает определиться со стилем и направлением, выбрать нужное и отсеять лишнее.

30. Коммерчески модный тренд

Это такие составляющие модели: цвета, модели, принты и узоры, декорирование, которые покупатель воспринимает как новые для него, но понятные и близкие и «побуждающие его к покупке» конкретной модели или других моделей в магазине

II СЕМЕСТР

1. Адаптация трендов.

Адаптация - это когда необходимо изменить тренд и внедрить его в ассортимент «под себя».

2. Тренды в цветах.

Специалисты института цвета Pantone каждый год проводят исследования, которые основываются на культурных и социальных изменениях в обществе. Эксперты учитывают, какие цвета наиболее востребованы в модной индустрии и других видах искусства, после чего создают цветовые палитры актуальных оттенков.

3. Тренды а в материалах.

- Внедрение нового волокна с уникальным набором свойств;
- Отделка ткани таким образом, чтобы изменить её поверхность или добавить функциональность;
- Создание текстуры поверхности, такой как складки, сетка, вплетенные в ткань, или шарики, нанесенные на поверхность;
- Ткань с использованием новейших технологий;

- Изменение тканей с помощью стёжки и других способов декорирования;
- Использование неожиданных материалов, таких как высокотехнологичный неопрен, в создании одежды и аксессуаров.

4. Тренды в конструкциях.

- Концепции, вдохновлённые прошлым.
- Концепции, ссылающиеся на этнические источники.
- Концепции, относящиеся к сексуальности.
- Концепции спорта.

Концепции современности. Термин «современность» относится к таким инновациям, как автомобили, телефоны, пластики, синтетические красители, искусственные волокна, а также к средствам массовой информации и развлечениям, таким как фильмы.

5. Тренды в принтах и графике.

Направления трендов для принтов впервые проявляются на выставках оригинальных работ от студий, специализирующихся на дизайне тканей. Эти выставки, проводимые примерно за 15 месяцев до начала сезона продаж, проходят в магазинах розничной торговли с частными торговыми марками, дизайнерами и конвертерами.

6. Аналитика предыдущих сезонов.

Смотрим коллекции топовых брендов, разделяем их на различные категории по формам, материалам, цветам и так далее. Смотрим частоту совпадений, что идёт из сезона в сезон, а что только появилось.

7. История моды.

Зная историю моды и костюмы эпох, можно спрогнозировать силуэты и настроение. Например, если в моде яркие 80-е с рукавами-буфами, широкими плечами, стразами, лакированной кожей, то вскоре их заменят более спокойные образы в духе минимализма середины 90-х. Когда пройдёт несколько сезонов, то маятник качнётся в обратную сторону и не обязательно к 80 годам.

8. Антитренды

Антитренды — это тенденции, которые не получили признания в прошлом сезоне и противоречат веяниям нового сезона.

9. Тренды 2023 года

«Тихая Роскошь»

Составляющие тренда:

- Сдержанные оттенки и сочетания
- Минимум принтов
- Закрытое тело
- Вневременные дизайны
- Изящные аксессуары
- Дизайнерские вещи без логотипов

10. «Олд Мани»

«Старые деньги»: это богатство, которое было унаследовано, а не заработано.

Основными элементами образа стала качественная одежда нейтральных оттенков, простые фасоны, дизайнерские вещи с логотипами, элементы стиля преппи. Стиль old money заключается в нарядном, но в то же время сдержанном и минималистичном образе.

11. Пайетки

Теперь изделия с трендовыми пайетками мы будем внедрять в базовые аутфиты . комбинирует эффектные вещи со сдержанной базой. Например, черная юбка-хамелеон с золотым отливом отлично смотрится с базовой футболкой и светлым жакетом оверсайз.

12. Прозрачность

Прозрачные ткани в моде уже несколько сезонов, но никогда ещё они не были столь актуальны, как будут весной и летом 2023-го. От многослойных платьев до более рискованных изделий, где оголяется бельё, — это суперсексуальный способ придания образу интриги.

13. Кожа

Актуальная кожаная куртка — не брутальная косуха, а универсальная модель прямого кроя. в 2023 году в моде мягкая кожа с искусственно созданными потертостями

14. Деним

Макротренд – тотал деним. Будьте осторожны с банальными формулами, носите не джинсы с рубашкой, а платья с сапогами из денима. Джинсы на низкой посадке, клеш от колена, облегающие бедра – самые модные. Нулевые захватывают мир моды. в 2023 появится новый тренд — состаренный деним с эффектом потёртости.

15. «Балет кор»

“Балеткор” или balletcore – направление в повседневной моде, вдохновленное образами балерин, а точнее той одеждой, которую они надевают на репетиции и после выступлений.

Составляющие тренда:

- балетки (в идеале, напоминающие пуанты);
- гетры;
- повязки на голову;
- боди;
- кардиганы “на запах”;
- объемные сумки;
- фатин, тюль, мягкие струящиеся ткани;
- корсеты;
- банты, ленты в волосах;
- легинсы;
- V-образный вырез, открытые плечи.

16. «Барби кор»

Составляющие тренда:

- ярко-розовый цвет;
- декор из перьев, прозрачного пластика, акрила;
- обувь на платформе и высоком каблуке;
- мини-юбки;
- мультяшные принты;
- приталенные силуэты с пышными юбками;
- рюши и воланы.

17. «Славик Бимбо»

Составляющие тренда:

- Длинная пышная шуба, которая доходит хотя бы до колен.
- Высокая меховая шапка, либо же трикотажная повязка на голову в стиле 90-х. - -

Кожаная мини-юбка.или бермуды.

- Короткое платье из шёлка или люрекса в чёрных, красных и тёмно-синих тонах.

Дополнить их можно пиджаком из кожи.

- Сумка-багет.
- Сапоги или ботильоны.
- Чёрные колготки, перчатки из кожи, шёлка или органзы, и чёрные солнцезащитные очки.

- Обилие золотых украшений. Лучшим решением будет надеть кольца прямо поверх перчаток.

- Пышная укладка и яркий макияж.

18. «Офис кор»

Составляющие тренда:

- Костюмы рубашки ,лонгливы
- Брюки палаццо, модели в мужском стиле со складочками у талии, а также, расклешённые от бедра или колена.

- Жилеты
- Галстуки
- Сложный, иногда асимметричный крой и интересные детали.

- Подплечники, необычные лацканы, нестандартная для делового стиля посадка, например расслабленная..

- А ещё и мужчины, и женщины на подиумах носят костюмы на голое тело.

19. Золото, серебро, блеск.

Изделия из металлизированной ткани — шорты, брюки, куртки, рубашки, футболки. Причём если в 2023 году в фаворе были серебристый и золотистый оттенки, то вскоре к ним добавился бронзовый.

20. Объемные цветы

- Объемные цветы, пришитые к платью локально.
- Цветы на платьях либо крупные, либо мелкие, но разбросанные по полю на расстоянии.
- Украшения-цветы
- Обувь с цветами

21. Бахрома

Бахрома -привычный дизайнерский акцент в 2023 тренд сезона. И речь не только о ботинках и куртках с бахромой. От бахромчатых манжет, начинающихся от локтя, до

полностью бахромчатых платьев и даже клатчей — чем неожиданнее, тем лучше. Бахромы стало больше, а сама по себе она теперь гуще и длиннее

22. *Красный цвет*

- Красные аксессуары
- Красные свитера и кроссовки
- Красные платья

23. *Массивные аксессуары*

Крупным может быть что угодно: серьги, кольцо, кольца, браслеты. И из любых материалов: пластик, жемчуг, металл, кристаллы, ткань, натуральные камни.

24. *Длинные шарфы*

Главное – длина. Надетый на шею, шарф должен заканчиваться ниже талии, а в идеале достигать середины бедра. Не стоит пренебрегать и шириной, слишком узкие модели не будут смотреться актуально. Чтобы вещь считалась действительно модной, она должна быть сшита из плотной шерсти или кашемира.

25. *Сложные рубашки*

Рубашка – макротренд сезона 2023, но не базовая белая с мужского плеча, а с детским рисунком, длинными рукавами, мятая.

26. *Фартук*

Можно сшить фартук стандартный, но он будет смотреться, как косплей, поэтому лучше повязать фартук задом наперед

27. *Плетение*

Макраме в отделке и целых элементах гардероба .
Плетение в аксессуарах.

28. *Тотал Луки*

В образе все должно быть одного оттенка, тогда его можно считать тотал луком.

29. *Анималистичный принт*

Леопардовый принт , змеиный узор и тигриные полосы, черно-белый колор зебры — must have женской одежды.

Осенью и зимой это леопардовые пальто и шубы, весной и летом — платья и топы со звериным принтом, а леопардовые юбки и комбинезоны — универсальный вариант одежды в любой сезон. Дизайнеры экспериментируют, смешивая натуральный окрас с яркими красками

30. *Ультрадлинные модели пальто*

Экстремальная длина и акцентированная линия плеч — то, что надо в этом сезоне, чтобы оставаться на пике популярности.

8.3. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие индустрии моды
2. Сегменты рынка (классификация марок, ценовая политика, способ выпуска коллекций).
3. Понятие тренда
4. Понятие тенденции
5. Подразделения Модного дома
6. Основные тенденции в организации Модных домов.
7. Позиционирование.
8. Сущность инноваций
9. Этапы инноваций
10. Что такое кулхантинг
11. Методы и практика кулхантинга
12. Что такое трендвочинг.
13. Иерархия трендов
14. Модные циклы.
15. Что анализируют для понимания моды.
16. Подходы к выявлению трендов
17. Составление мудбордов.
18. Коммерчески модный тренд
19. Тренды в цветах, конструкциях, материалах, декоре.
20. Адаптация трендов.
 21. Аналитика предыдущих сезонов.
 22. История моды.
 23. Тренды 2023года: «Тихая Роскошь», «Олд Мани», Пайетки, Прозрачность, Кожа, Деним, «Балет кор», «Барби кор». «Славик Бимбо», «Офис кор»
 24. Тренды на предстоящий сезон.
 25. Антитренды

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «Аналитика трендов» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита творческих заданий по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оцениванием.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Шкала оценивания (интервал баллов) ²	Критерий оценивания
Теоретические вопросы для устного/письменного опроса в ходе проведения текущей аттестации	
5	Ответы обучающегося на вопросы, задачи и задания грамотно, исчерпывающе, логично в полном объеме раскрывают рассматриваемую проблематику, суждения аргументированы, использован профильный понятийный (категориальный) аппарат и т.п.
4	Ответы обучающегося на вопросы, задачи и задания грамотно, полно, логично в полном объеме раскрывают рассматриваемую проблематику, но содержат неточности, суждения аргументированы, использован профильный понятийный (категориальный) аппарат и т.п.
3	Ответы обучающегося на вопросы, задачи и задания содержат ошибки в формулировках, нечеткое и непоследовательное изложение материала, недостаточно аргументированы, содержат существенные ошибки.
2	Обучающийся не может сформулировать ответ.
Учебно-творческая работа (Просмотр творческих работ)	
5	выставляется, при выполнении студентом работы самостоятельно, в полном объеме, в срок установленный преподавателем, с соблюдением необходимой последовательности и Т.У. при изготовлении практического образца. В ходе выполнения работы студент проявил творческий подход. Теоретическая часть работы оформлена без замечаний.
4	выставляется, при выполнении студентом работы с незначительной помощью преподавателя в достаточном объеме, в срок установленный преподавателем, с соблюдением необходимой последовательности и Т.У. при изготовлении практического образца. Теоретическая часть работы оформлена с небольшими замечаниями.
3	выставляется, при выполнении студентом работы с практической помощью преподавателя в достаточном объеме, но не в срок установленный преподавателем. При выполнении работы последовательности и Т.У. при изготовлении практического образца соблюдены не полностью. Теоретическая часть работы оформлена с замечаниями.
2	выставляется, при выполнении студентом работы в неполном объеме и не в срок установленный преподавателем. Практический образец выполнен с нарушением последовательности и Т.У., или не выполнен совсем. Теоретическая часть работы оформлена с грубыми замечаниями.
Вопросы к экзамену	
5	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
4	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
3	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно четкие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
2	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.

11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Бабаскин, С.Я. Инновационный проект. Методы отбора и инструменты анализа рисков / С.Я. Бабаскин. - М.: Юнити - Дана, 2009. - 2009
2. Беляев, В.И. Мода: Основы теории и практики: учебник. - М.:КНОРУС, 2010. - 672 с.
3. Брун В., Тильке М. История костюма. М., 1996.
4. Будур Н. История костюма. М. "Олма-Пресс" 2001.
5. Васильев А. Этюды о моде и стиле. Серия: Le Temps des Modes. Изд-ва: Фешн Букс, Глагол, 2007, 592 стр.
6. А.Б.Гофман. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения, М., 2000
Гофман А.Б. Мода и обычай // Рубеж: альманах социальных исследований.1992. Вып.3. С.123- 142.
7. Грицак Е. Н. «Популярная история моды» — М: АСТ Москва, 2009 — с.123–124
Гофман А. Б. «Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения». 3-е изд. — Спб.: Питер, 2004 — с.13–15
8. Зелент Ш. Мода. Век модельеров 1900–1999. — Kein Kenemann, 2000. — 665
9. Ивасенко, А.Г. Инновационный менеджмент / А.Г. Ивасенко. - М.: КноРус.
10. Ильин Владимир Иванович Поведение потребителей. 1-е издание, 2000 год, 224 стр.
11. Казанцева, А.К. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: учеб. пособие / А.К. Казанцева. - М.: Экономика, 2009. - 518с
12. Калужский М.А. Практический маркетинг:учебник/ ОмГТУ.- Москва; Берлин:Директ-Медиа, 2021-102с.
13. Килошенко М.И. Психология моды. Изд-во: Оникс, 2006, 320 стр.
14. Ключко И.Л. Основы прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта // Владивосток, 2015 // 138 с.
15. Котлер Ф. Основы маркетинга 1991 г.
- 16.Латов Ю. И. Индустрия моды. М. "РД"; 2007
17. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент В.Г. Медынский. - М.: Инфра - М, 2008. - 304с
- 18.Мерцалова М.Н. Костюм разных времен и народов. Т. I, М.,1993.
методические и прикладные аспекты: Учебное пособие.
19. Попов, А.И. Инновационная экономика / А.И. Попов. - Тамбов, 2008
20. Сергеев, В.А. Основы инновационного проектирования: учеб. пособие для студ. вузов / В.А. Сергеев. - Ульяновск, 2010
- 21.Сливотски А., Моррисон Д., Андельман Б. Законы большой прибыли. — М.: Эксмо, 2017. — 400 с.
22. Спасённых, М.Ю. Инновационный бизнес / М.Ю. Спасённых. - М.:
23. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. - Питер, 2008. - 448с.

Дополнительная литература:

24. Электронный модный журнал «Casual»: Статья «Возникновение современной моды. История из глубины веков».–Режим доступа: <http://www.casual-info.ru/moda/wardrobe/168/51056/>
25. <https://www.youtube.com/watch?v=iMrfIqtQHP>
26. <https://www.youtube.com/watch?v=j5zDCJ8QVLg>

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. Для самостоятельной работы студенты используют литературу читального зала библиотеки Академии Матусовского, имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии, а также возможность использования компьютерной техники, оснащенной необходимым программным обеспечением, электронными учебными пособиями и законодательно-правовой и нормативной поисковой системой, имеющий выход в глобальную сеть Интернет.