



Частное учреждение высшего образования

«Владикавказский институт Моды и Дизайна» (ВИМД)

Адрес: пр. Мира, 54, Владикавказ, РСО-Алания, 362040

Телефон: 8 (867) 244-58-25

Эл.почта: [institutmody@mail.ru](mailto:institutmody@mail.ru)

*В диссертационный совет Д 212.144. 05 на базе ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет дизайна и технологии», 117997, г. Москва, ул. Садовническая, д. 33.*

### ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Гусовой Дзерассы Таймуразовны «Формирование и развитие бренда модной одежды в контексте проектной культуры и искусства», представленной на соискание ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн».**

На современном этапе формирование и развитие брендов модной одежды в контексте проектной культуры и искусства вызывает интерес специалистов в различных областях науки: искусствоведения, философии, культурологии, экономики, психологии и др. Актуальность избранной диссертантом темы не вызывает сомнений. В современности бренды оказывают значительное влияние на культуру общества, экономику стран, формирование вкусов и потребностей аудитории потребителей. До сих пор творчеству художников на этапах становления брендов и в процессах их развития уделялось малое внимание. В основном значение придавалось деятельности специалистов в области маркетинга. В данном исследовании автор обосновывает значимость творческой и эстетической составляющей брендов модной одежды и определяет их знаково-символический состав.

Методологическую основу диссертационного исследования составили научные аспекты изучения моды, искусства и культуры, ключевые положения теорий о структуре бренда и системный подход. Контекст диссертационной работы неоднократно пересекается с аспектами семиотики, имиджелогии и прогнозирования в сфере моды, в связи с чем автор обращается к работам таких ученых как Т.В. Козлова,

Л.А. Никитич, Р.А. Степучев, А. Н. Упине, Н.А. Коробцева, Р. Барт, Ю.М. Лотман, Д. Мид, Ч. Пирс, Г.П. Щедровицкий и др.

Для подтверждения теоретических положений автором проводятся экспериментальное опросное исследование, целью которого является установление связи между ключевыми научными положениями в области формирования брендов в сфере моды и их восприятием целевой аудиторией. Обоснованность результатов, выдвинутых соискателем, основывается на согласованности данных эксперимента и научных выводов. Так, опытным путем установлено, что основным фактором, влияющим на предпочтения аудиторией брендируемой продукции, является в первую очередь эстетическая привлекательность коллекций одежды. В результате исследования обоснованно, что творческая работа художников при формировании и развитии брендов модной одежды имеет наибольшую значимость.

Автором предложена методика построения бренда в сфере моды, учитывающая творческую и организационную составляющую работы художников на различных этапах. Данные диссертационного исследования могут быть оценены как объективные условия для организации брендов в сфере искусства костюма и моды, что окажет положительное влияние на развитие отечественной легкой промышленности, формирование культурного и экономического потенциала России.

Работа является законченной и выполнена автором на достаточно высоком научном уровне, она полностью отвечает требованиям ВАК предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор – Гусова Д.Т. – заслуживает присуждения ученой степени кандидата искусствоведения.

**Ректор ВИМД**

**кандидат педагогических  
наук, доцент**

**Томаева**

**Зинаида Георгиевна**

