

*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»*

Современные компании, занимающиеся производством, продажей и обслуживанием модной продукции, представляют собой гигантскую индустрию с многомиллиардными доходами, требующую крупных инвестиций. По оценкам некоторых экспертов, с начала 2000-х годов индустрия моды занимает 5-е место среди наиболее капиталоемких отраслей современной экономики. Популяризация и распространение модного товара среди потенциальных потребителей, соответственно формирование общественного мнения, о том, что является модным, становится важной отраслью экономики - частью маркетинга, рекламы и PR. Если еще в прошлом столетии модный рынок формировался исходя из вкусовых предпочтений привилегированного класса или даже отдельных персоналий, влияющих на мнение окружающего большинства, то современная индустрия моды основана на научном прогнозировании модных тенденций, развитии технологий брендинга. Несомненно, изучение феномена «бренда» актуально и в контексте определения ориентиров деятельности для дизайнеров одежды, и совершенствования теории художественного проектирования костюма. Наряду с этим актуальность темы диссертационного исследования Гусовой Д.Т. обоснована значительностью влияния современных брендов модной одежды на формирование культуры общества и эстетико-этических идеалов. В данной работе автор детально исследует взаимодействие брендов с культурой и ценностями целевой аудитории потребителей брендов.

Важным результатом данного исследования можно считать обоснование значимости творчества художников-стилистов, определяя специфику проектной деятельности на основных этапах формирования системы брендинга.

Гусова Д.Т. отмечает в исследовании, что формирование и развитие брендов в сфере моды является коллективным видом деятельности, в котором задействованы профессионалы различных специальностей. Тем не менее, автор обосновывает, что в процессах развития бренда имеются процессы, в которых основную работу выполняют именно художники-стилисты и дизайнеры. Данные процессы подробно анализируются в тексте диссертации и отмечены в автореферате.

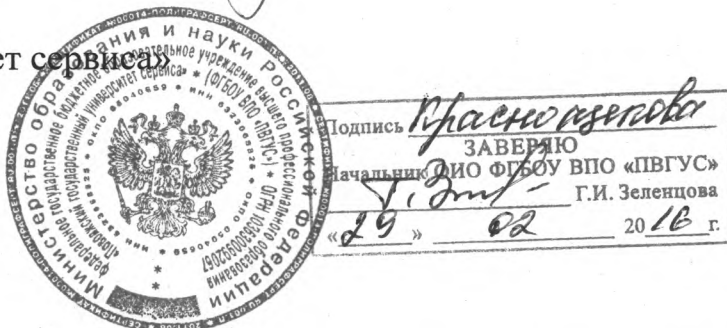
Практическая значимость работы подтверждена апробацией на 3 фирмах, занимающихся производством и реализацией модной одежды.

В качестве замечания хочу отметить некоторую недоработку в терминологии, а именно термин «художник» автор использует и в контексте изобразительного творчества и проектного. Рассматривая систему брендинга было бы целесообразнее использовать термин, определяющий характер творческой деятельности в производственной компании, проектно ориентированный, предполагающий наличие объективных связей с системой регулирования и продвижения бренда.

Диссертация выполнена на высоком исследовательском уровне и получены продуктивные научные результаты. Проанализировано достаточное количество материала по исследуемому вопросу. Автореферат включает основные результаты диссертационного исследования. Работа соответствует требованиям ВАК и направлению специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн», а ее автор Гусова Дзерасса Таймуразовна заслуживает присуждения ученой степени кандидата искусствоведения.

Кандидат исторических наук, доцент
кафедры «Дизайн и художественное
проектирование изделий»
ФГБОУ ВПО «Поволжский
государственный университет сервиса»
(ПВГУС)

В.А. Краснощеков



ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный университет сервиса» (ПВГУС)
Адрес: 445677, Приволжский федеральный округ, Самарская область, город
Тольятти, улица Гагарина, дом № 4. Телефон приемной ректора: (8482) 26-35-

38

Адрес электронной почты: office@tolgas.ru

Сайт: www.tolgas.ru