

Министерство образования Республики Беларусь
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ВИТЕБСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(УО «ВГТУ»)

УДК 687.016
Рег. № 20250050



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе
Е.В. Ванкевич

«31» января 2025г.

М.П.

ОТЧЕТ
О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ
«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ
ИМИДЖЕВОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»
(заключительный)
2024-Х/Д-294

Научный руководитель

Н.С. Захарчук

«31» января 2025г.

Начальник научно-
исследовательской части

В.А. Сажин

«31» января 2025г.

Витебск 2025

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Руководитель НИР,
преподаватель-стажер



Н.С. Захарчук

Руководство и
координация
выполняемой
работы,
(пункты 1–3)

ИСПОЛНИТЕЛИ

Старший преподаватель



А.В. Мандрик

(пункты 1–3)

Нормоконтроль



Т.Г. Купченко

РЕФЕРАТ

Отчет 24 с., 8 рис., 1 табл., 8 ист.

ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, ИМИДЖЕВЫЙ ПРОДУКТ, ДИЗАЙН-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ИННОВАЦИИ, ПРЕЗЕНТАЦИЯ, ТЕХНОЛОГИИ, СТИЛИЗАЦИЯ

Объектом исследования является художественный и технологический процесс проектирования имиджевого продукта для предприятия легкой промышленности с применением инновационных технологий в сфере индустрии моды и дизайна.

Цель работы – разработка и внедрение инновационных технологий проектирования имиджевого продукта для предприятий легкой промышленности с целью создания уникального визуального контента, способствующего повышению конкурентоспособности бренда на рынке товаров легкой промышленности.

В ходе работы проведены: тренд-аналитика в модной индустрии; изучение специфики проектирования презентационного имиджевого продукта предприятия легкой промышленности; разработка инновационной технологии проектирования имиджевого продукта для предприятия легкой промышленности; реализация проекта.

В рамках научно-исследовательской работы изучена специфика проектирования презентационного имиджевого продукта на примере предприятий легкой промышленности ближнего зарубежья, на основе данных которой реализован трехсерийный фотопроjekt, который используется на различных мероприятиях, направленных на популяризацию белорусской культуры и моды, а также на патриотическое воспитание молодежи.

Область применения: предприятия легкой промышленности.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Тренд-аналитика в модной индустрии	6
2 Изучение специфики проектирования презентационного имиджевого продукта предприятия легкой промышленности	10
3 Разработка инновационной технологии проектирования имиджевого продукта для предприятия легкой промышленности. Реализация проекта	14
Заключение	20
Список использованных источников	23

ВВЕДЕНИЕ

Контент-менеджмент занимает центральное место в стратегии продвижения fashion-бренда. В современную эпоху цифрового маркетинга создание оригинального и привлекательного контента становится неотъемлемой частью успешного развития бренда [1]. Это связано с тем, что качественный контент не только привлекает внимание, но и формирует эмоциональную связь с аудиторией, укрепляя лояльность к бренду [2].

Целью научно-исследовательской работы является разработка и внедрение инновационных технологий проектирования имиджевого продукта для предприятий легкой промышленности с целью создания уникального визуального контента, способствующего повышению конкурентоспособности бренда на рынке товаров легкой промышленности. Основное внимание уделяется интеграции современных цифровых технологий и методов визуализации, позволяющих формировать привлекательный имидж продукции и эффективно транслировать ценности и идеи, связанные с культурным наследием Республики Беларусь [3].

Для достижения этой цели были поставлены и успешно решены следующие задачи:

1. Тренд-аналитика в модной индустрии.
2. Изучение специфики проектирования презентационного имиджевого продукта предприятия легкой промышленности.
3. Разработка инновационной технологии проектирования имиджевого продукта для предприятия легкой промышленности.
4. Реализация проекта.

В связи с вышеизложенным, разработка инновационных технологий проектирования имиджевого продукта для предприятий легкой промышленности представляет собой актуальную задачу, способную решить передовые проблемы отечественного легпрома и способствовать его развитию в условиях растущей конкуренции.

1 ТРЕНД-АНАЛИТИКА В МОДНОЙ ИНДУСТРИИ

Практически каждый творческий индивидуум обращается за вдохновением к искусству и работам других авторов, что является нормальным явлением. Человек не является машиной, способной бесконечно генерировать множество оригинальных и интересных идей. В связи с этим многие фотографы периодически задаются вопросами: что актуально снимать в данный момент, какие темы и стили являются модными и интересными.

В рамках данного вопроса проведена тренд-аналитика в модной индустрии в сфере фотографии и видеосъемке. В результате подробного анализа определены 7 основных тенденций на будущий год:

1. Простые композиции. Многоплановость снимка и наличие множества объектов в кадре могут создавать интересные визуальные эффекты, позволяя зрителям находить что-то новое при каждом просмотре. Однако в 2025 году наблюдается тенденция к предпочтению более строгих и простых кадров. Минимализм вновь оказывается в центре внимания, позволяя сосредоточиться на одном важном элементе. Использование необычных ракурсов и акцентов, таких как выразительный макияж модели или уникальный аксессуар, может значительно обогатить визуальную историю [5].

2. Естественность и натуральность. Тенденция к естественности и натуральности в фотографии сохраняет свою актуальность на протяжении нескольких лет. Искусственная «идеальность», которая ранее считалась стандартом, утратила свою привлекательность. Это осознали как модные дома, так и фэшн-бренды, а также фотографы. В 2025 году акцент делается на запечатлении естественных черт, таких как морщины, изгибы тела, веснушки и искренние эмоции. Атипичная красота, включая особенности,

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Abramovich, N. Visual communications in educational marketing / N. Abramovich, K. Glusova // Education and science in the 21st century : Articles of the VIII International Scientific and Practical Conference, Vitebsk, 29 ноября 2023 года. – Vitebsk: Vitebsk State Technological University, 2024. – P. 9-12. – EDN BNNUYG.

2. Захарчук, Н. С. Авторская коллекция как система художественных образов / Н. С. Захарчук, Л. В. Попковская // Молодые ученые - развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). – 2024. – № 1. – С. 839-841. – EDN АВІНРА.

3. Захарчук, Н. С. Выявление ДНК бренда в разрезе авторского творчества / Н. С. Захарчук, Л. В. Попковская // Материалы и технологии. – 2024. – № 1(13). – С. 33-41. – DOI 10.24412/2617-149X-2024-1-33-41. – EDN RSDVUG.

4. Захарчук, Н. С. Контент-менеджмент как инструмент продвижения fashion-бренда / Н. С. Захарчук, А. В. Мандрик // Молодые ученые - развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). – 2024. – № 1. – С. 836-838. – EDN SHPBXE.

5. Исследование витебского авангарда и использование его идей в дизайне графическом / Г. В. Казарновская, Н. И. Тарабуко, Н. А. Абрамович [и др.]. – Витебск : Витебский государственный технологический университет, 2024. – 136 с. – ISBN 978-985-481-772-9. – EDN IBMQGO.

6. Мандрик, А. В. Современные методы фотографии. Их применение в рекламном и графическом дизайне / А. В. Мандрик // Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : В ДВУХ ТОМАХ, Витебск, 19 апреля 2023 года. Том 2. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2023. – С. 91-93. – EDN QPGFEG.

7. Мандрик, А. В. Создание имиджевого фотопродукта в рамках учебного процесса / А. В. Мандрик, Н. С. Захарчук // Материалы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : В ДВУХ ТОМАХ, Витебск, 19 апреля 2023 года. Том 2. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2023. – С. 89-91. – EDN QECTJK.

8. Мандрик, А. В. Эволюция цифровой фотографии / А. В. Мандрик, А. А. Кожедуб // Тезисы докладов 56-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов : Тезисы докладов, Витебск, 19 апреля 2023 года. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2023. – С. 205-206. – EDN GZXIOZ.