

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

УДК 687.016
Рег. № 20251355

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор

В.А. Жизневский
«20» октября 2025г.
М.П.


ОТЧЕТ
О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ
«РАЗРАБОТКА ИМИДЖЕВОГО ПРОДУКТА МОДЫ
ДЛЯ АССОРТИМЕНТА ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ
РАЗЛИЧНОГО НАЗНАЧЕНИЯ»
(заключительный)
2025-Х/Д-207

Научный руководитель


Н.С. Захарчук
«20» октября 2025г.

И.о. проректора по научной работе,
начальник научно-
исследовательской части


В.А. Сажин
«20» октября 2025г.

Витебск 2025

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Руководитель НИИР,
старший
преподаватель



Н.С. Захарчук

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

ИСПОЛНИТЕЛИ

Декан, к.т.н.



Н.С. Акиндинова

разгов.
(пункт 1-2)

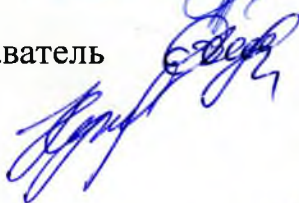
Доцент, к.т.н.



Н.Н. Самутина

(пункт 1)

Старший преподаватель



А.В. Мандрик

(пункт 3)

Студентка



П.А. Купреенко

(пункт 3)

Нормоконтроль



Т.Г. Купченко

РЕФЕРАТ

Отчет 23 с., 10 рис., 8 ист.

ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, ДИЗАЙН-ПРОДУКТ,
ТРИКОТАЖНЫЕ ПОЛОТНА, ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, КОСТЮМ

Объектом исследования является процесс разработки комплексного имиджевого продукта для нового ассортимента трикотажных изделий различного назначения.

Целью данной научно-исследовательской работы является разработка концепции и визуального воплощения имиджевого продукта для презентации ассортимента трикотажа производства ОАО «Полесье». Это позволит эффективно продемонстрировать потребительские и эстетические преимущества белорусского трикотажа, удовлетворить спрос на стильную и комфортную одежду, а также укрепить бренд «Polesie» и повысить его конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках.

Отличительной чертой работы является подход к трикотажным изделиям как к инновационному материалу белорусской легкой промышленности и применение актуальных цифровых технологий, включая искусственный интеллект, при создании комплексного имиджевого продукта, транслирующего ценности качества, комфорта и современного производства.

Для достижения указанной цели решены следующие задачи: проведена тренд-аналитика в сфере дизайна трикотажа и визуальных коммуникаций; разработана концепция и выполнена стилизация образов для имиджевого продукта; реализован комплекс визуальных материалов; подготовлено текстовое сопровождение для публикации в медиа.

Область применения: предприятия легкой промышленности, в частности ОАО «Полесье», а также сфера маркетинга и бренд-коммуникаций.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ТРЕНД-АНАЛИТИКА В ОБЛАСТИ ДИЗАЙНА ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ, ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ПОДАЧИ МОДНОГО ПРОДУКТА.....	7
2 РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ИМИДЖЕВОГО ПРОДУКТА МОДЫ ДЛЯ НОВОГО АССОРТИМЕНТА ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ.....	11
3 ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И ВОЗМОЖНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРИКОТАЖНОГО ПРОИЗВОДСТВА.....	15
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	20
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	22

ВВЕДЕНИЕ

Современный рынок трикотажа динамично развивается, а спрос смещается в сторону комфорта, качественных материалов и актуального дизайна. Это открывает значительные перспективы для отечественных производителей. Однако успех на рынке определяется не только свойствами продукта, но и силой его бренда и качеством визуальной презентации. В этой связи создание комплексного имиджевого продукта с применением современных цифровых технологий и методов визуальной коммуникации становится критически важным маркетинговым инструментом.

Объект исследования: имиджевый продукт для ассортимента трикотажных изделий различного назначения.

Предмет исследования: процесс разработки концепции и комплексного визуального воплощения имиджевого продукта для презентации нового ассортимента трикотажных изделий ОАО «Полесье» с использованием современных методов дизайна, визуальных коммуникаций и актуальных цифровых технологий.

Целью данной научно-исследовательской работы является разработка концепции и визуального воплощения имиджевого продукта для эффективной презентации нового ассортимента трикотажных изделий различного назначения производства ОАО «Полесье». Реализация данной цели позволит:

- наглядно продемонстрировать потребительские и эстетические преимущества белорусского трикотажа целевой аудитории;
- удовлетворить растущий спрос на стильную и комфортную одежду из современных материалов;
- укрепить бренд «Polesie» и повысить его конкурентоспособность на рынке легкой промышленности Республики Беларусь и за ее пределами за счет создания запоминающегося визуального образа.

Для достижения поставленной цели в процессе работы планируется решение следующих задач:

1. Провести тренд-аналитику в области дизайна трикотажных изделий, визуальных коммуникаций и подачи модного продукта.
2. Разработать концепцию имиджевого продукта моды для нового ассортимента трикотажных изделий, выполнить стилизацию проектируемых образов.
3. Разработать и реализовать комплекс визуальных материалов имиджевого продукта (съемка в формате каталога, концептуальная имиджевая и видеосъемка) с учетом специфики демонстрации трикотажа.
4. Разработать текстовое сопровождение для каждого образа для последующей публикации в медиа предприятия.

Научная новизна работы заключается в комплексном подходе к разработке имиджевого продукта для трикотажных изделий, рассматриваемых как инновационный материал белорусской легкой промышленности, с акцентом на применение актуальных цифровых технологий, включая искусственный интеллект, в процессах проектирования и визуальной коммуникации для трансляции ценностей качества и современного производства [1].

Практическими результатами научно-исследовательской работы станут: разработанная концепция и комплекс визуальных материалов (имиджевый продукт) для презентации ассортимента трикотажных изделий (25 образов).

Значимость работы заключается не только в повышении потребительского интереса и конкурентоспособности нового ассортимента продукции ОАО «Полесье», но и в укреплении позиций белорусской модной индустрии на международной арене за счет внедрения инновационных подходов к визуальной презентации и продвижению отечественного трикотажа.

1 ТРЕНД-АНАЛИТИКА В ОБЛАСТИ ДИЗАЙНА ТРИКОТАЖНЫХ ИЗДЕЛИЙ, ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ПОДАЧИ МОДНОГО ПРОДУКТА

Успешное создание конкурентоспособного имиджевого продукта для продвижения трикотажных изделий невозможно без глубокого понимания актуальных тенденций в дизайне, визуальных коммуникациях и маркетинге. Тренд-аналитика выступает фундаментальным этапом научно-исследовательской работы, обеспечивая релевантность и инновационность проектных решений, что напрямую влияет на эффективность коммуникации с целевой аудиторией [1].

Целью данного раздела является комплексное исследование текущих и прогнозируемых тенденций в области дизайна трикотажа, визуального языка и форматов презентации модного продукта для выявления ключевых направлений, определяющих успешное позиционирование бренда.

Задачи раздела включают: анализ глобальных трендов в дизайне трикотажных изделий и технологий, изучение эволюции визуальных коммуникаций (от digital-контента до иммерсивных технологий), исследование успешных кейсов презентации продукции лидерами рынка, а также выявление доминирующих эстетических и концептуальных подходов к подаче модного продукта.

Результаты данного анализа станут методологической основой для обоснованной разработки концепции и визуального воплощения имиджевого продукта для ассортимента ОАО «Полесье», обеспечивая его современность, запоминаемость и маркетинговую эффективность.

Проведенный тренд-анализ позволил выявить ряд ключевых взаимосвязанных направлений, критически важных для разработки эффективного имиджевого продукта:

Достижения в модной индустрии трикотажных изделий (рис. 1.1): от утилитарности к multifunctionality и эмоциям. Доминирует запрос на

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамович, Н. А. Актуальные тенденции в визуально-графических решениях / Н. А. Абрамович, А. В. Кацук // Образование и наука в развитии технологий, экономики, общества : Материалы докладов 58-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной 60-летию УО "ВГТУ". В 2-х томах, Витебск, 16–17 апреля 2025 года. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2025. – С. 101-104. – EDN ZZLIGE.

2. Захарчук, Н. С. Влияние имиджевой презентации на восприятие модного продукта / Н. С. Захарчук, П. А. Купреенко, А. А. Титова // Образование и наука в развитии технологий, экономики, общества : Материалы докладов 58-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной 60-летию УО "ВГТУ". В 2-х томах, Витебск, 16–17 апреля 2025 года. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2025. – С. 127-129. – EDN OZUCLH.

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. Захарчук, Н. С. Кросс-культурные интерпретации в дизайне костюма / Н. С. Захарчук, О. И. Уткевич // Образование и наука в развитии технологий, экономики, общества : Материалы докладов 58-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной 60-летию УО "ВГТУ". В 2-х томах, Витебск, 16–17

апреля 2025 года. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2025. – С. 12-15. – EDN EJUZBJ.

6. Захарчук, Н. С. Роль визуального контента в имиджевой презентации модного продукта / Н. С. Захарчук, П. А. Купреенко // Молодые ученые - развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). – 2025. – № 1. – С. 646-648. – EDN HFRKAR.

7. Мандрик, А. В. Роль цвета, света, динамики и композиции в кадре / А. В. Мандрик, Е. А. Юдина, Д. А. Тарасова // Образование и наука в развитии технологий, экономики, общества : Материалы докладов 58-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов, посвященной 60-летию УО "ВГТУ". В 2-х томах, Витебск, 16–17 апреля 2025 года. – Витебск: Витебский государственный технологический университет, 2025. – С. 163-165. – EDN MOXCWH.

8. Мандрик, А. В. Особенности подготовки проектов по фотографии для международных конкурсов / А. В. Мандрик // Искусство и культура. – 2024. – № 4(56). – С. 81-85. – EDN QIKLYV.