

УДК 378.001

К ВОПРОСУ РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДОЛОГИИ ТВОРЧЕСТВА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Ермаков Александр Станиславович, к.т.н, доцент кафедры «Технология и организация туристической деятельности» TKEI2011@yandex.ru

Сильчева Людмила Владимировна, к.т.н, доцент кафедры «Технология и организация туристической деятельности» dgigir69@mail.ru

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса»,
Москва, Российская Федерация

Подготовку профессиональных кадров высшей квалификации для индустрии моды предлагается вести с учетом всестороннего изучения методологии творчества в различных сферах деятельности будущих специалистов. Методология творчества также реализуется при создании модных образцов одежды и в процессе их прохождения в индустрии моды. Рассмотрены этапы и объекты в решении задач индустрии моды. Предлагается преподавание дисциплин по моделированию образа потребителя и комплексному решению организационно-экономических задач предпринимателями в индустрии моды.

Ключевые слова: *методология творчества, индустрия моды, профессиональные и государственные образовательные стандарты.*

Professional training of highly qualified personnel for the fashion and beauty industry is invited to conduct a comprehensive study taking into account the methodology of creativity in various areas of future specialists. The methodology of creativity is also implemented to create fashionable clothing designs and processes have been established in the fashion industry. The stages and objects in solving the problems of the fashion industry. Teaching courses offered by way of modeling consumer and comprehensive solution to the organizational and economic problems of the entrepreneurs in the fashion industry.

Keywords: *fashion, industry, professional standards, state educational standards*

В современной России стремительно идет развитие рынка модной эксклюзивной одежды. Данный сегмент рынка открывает новые, перспективные возможности для энергичных, предприимчивых молодых стилистов, дизайнеров, конструкторов модельеров и предпринимателей. Этот процесс развития рынка одежды создает весьма благоприятные условия для создания собственного бизнеса в индустрии моды. Индустрия моды, имея перспективы развития, занимает все больше места в сфере сервиса. К индустрии моды относим не только предприятия, производящие одежду, салоны мод,

Дома мод, но и торговые сети со своими брендами в моде, средства массовой информации и прочее.

В Западной Европе, согласно статистическим данным, на одного человека приходится в год до двенадцати новых моделей одежды [1], в то время как в России на одного жителя приходится около двух новых изделий. Также следует отметить, что все большее число жителей страны хотело бы иметь одежду, учитывающую их индивидуальные особенности. Также весьма вероятно, что при вхождении России во всемирную торговую сеть и в случае отсутствия каких-либо кардинальных потрясений, наша страна в ближайшее десятилетие по своему развитию и уровню жизни может почти вплотную приблизиться к развитым странам Европы [1]. Следовательно, актуальность рассматриваемой темы очевидна, так как спрос на модную качественную одежду будет постоянно расти и ее создание, изготовление и распространение образуя единую индустрию моды в стране, в которой все ее структурные элементы должны быть интегрированы и иметь качественное профессиональное взаимодействие. Таким образом, для индустрии моды должны быть подготовлены профессиональные кадры не только с широким кругозором, но и умеющими творчески осмысливать процессы, происходящие в индустрии моды, и принимать в них активное участие, организуя и создавая качественное профессиональное взаимодействие ее структурных элементов. Только творчески решая проблемы развития индустрии моды, как единого процесса разработки, изготовления и реализации модной качественной одежды можно достигнуть успехов в конкурентной борьбе при работе, особенно, в условиях вхождения страны во всемирную торговую организацию. Следует также отметить, что отражение в моде национально-идентифицируемого бренда российского производителя одежды [2] позволит не только сохранить свою культурную самобытность, но и как следствие, стать более привлекательными для иностранного туриста.

Хорошие перспективы развития рынка производства качественной и модной одежды делают финансовые вложения в индустрию моды чрезвычайно выгодным делом, которое может принести предпринимателю и талантливым специалистам (стилистам, дизайнерам, конструкторам модельерам) немалые дивиденды. Поэтому одним из важных шагов в этом направлении является подготовка для индустрии моды кадров высшей профессиональной квалификации с требуемыми компетенциями, умеющих самостоятельно анализировать ситуацию, прогнозировать и принимать нестандартные решения в отрасли, в которой успех развития зависит не только от экономически

грамотных решений, но и от учета социально-психологических особенностей потребителей продукции, качества сервиса на всех этапах прохождения продукта и др.

С учетом потребности в специалистах для предприятий индустрии моды в основной образовательной программе «Сервис» [8] учебно-методическим объединением учебных заведений в области сервиса и туризма был разработан профиль «Сервис в индустрии моды и красоты». Оценка уровня профессиональных квалификаций кадров по данному профилю [4] подтверждает их особую подготовку с учетом работы в индустрии моды. Одной из существенных отличий образовательного стандарта по направлению «Сервис» от других стандартов высшего профессионального образования, кроме отражения в нем особенностей профессиональной деятельности будущего специалиста, является особая профессиональная компетенция ПК-15 [8], которая подразумевает умение выполнения инновационных проектов в сфере сервиса. Данная компетенция включена в группу профессиональных компетенций, которые представлены в ФГОС других направлений, как умение выполнять проектную творческую деятельность.

Специалисты, получившие высшее профессиональное образование, должны учитывать особенности их будущего трудоустройства. Руководители предприятий индустрии моды часто весьма скептически относятся к профессиональной компетентности молодого специалиста, ссылаясь при этом на несовершенство существующей системы высшего образования. Отчасти они правы, но есть и другой немаловажный фактор, который сказывается на составе абитуриентов, поступающих в учебное заведение или работников, трудоустраивающихся на предприятиях индустрии моды, – это сложившееся представление о работе в сфере сервиса, как работе больше физического труда, чем умственного, творческого характера.

Существует острая необходимость подготовки специалистов для сферы сервиса, владеющих методологией творчества [3] - методологией не только разработки эксклюзивных и адресных комплексных решений по созданию модных и эксклюзивных изделий, но и услуг по обеспечению выявленных потребностей населения. Понятие «творчество», в отличие от понятия «дизайн», подразумевает создание нового объекта (материального и духовного) с использованием технического аспекта. Поэтому, рассматриваемая методология включает: проектирование услуг, создание стилистико-технологических решений изделий, принятие креативных решений по развитию предприятий, создание прогрессивных и ресурсосберегающих технологий по оказанию услуг на предприятиях индустрии моды, проектирование фирменного стиля сотрудников различных предприятий, владение навыками работы с новыми материалами, сырьем и

компьютеризированным технологическим оборудованием; умение интегрировать взаимодействие от выработки идеи – до реализации модного объекта потребителю, знание основ предпринимательской деятельности и методов продвижения модных услуг и товаров на рынке бытовых услуг и др.

Таким образом, для успешной подготовки специалистов для индустрии моды в рамках заданных в стандарте профессиональных компетенций требуется особая подготовка. В России многие высшие учебные заведения с 2010 года приступили к подготовке кадров по данному профилю. Однако анализ учебных планов подготовки кадров по направлению «Сервис» профилю «Сервис в индустрии моды и красоты» показывает, что их содержание, набор дисциплин в большей степени отражает кадровый потенциал профессорско-преподавательского состава учебного заведения и не во всем ориентированы на потребности работодателей предприятий индустрии моды.

Конечно, существуют проблемы формирования профессиональной компетентности специалистов для индустрии моды на этапе обучения в вузе. Владение методологией творчества в индустрии моды является ключевой компетенцией будущих специалистов по сервису в индустрии моды и красоты, которая формируется через изучение дисциплин, выполнение практических и лабораторных занятий, созданию творческих работ, участию в конференциях и конкурсах со своими научными разработками и эксклюзивными моделями изделий. Данные компетенции специалиста отвечают требованиям современного сегмента рынка производства и реализации модной и качественной одежды. Однако работодателю следует учитывать, что в любом случае к ним придет выпускник высшего учебного заведения, у которого еще идет процесс формирования профессиональной компетентности и качественного профессионального мастерства, а также интерес к профессии будет сформирован в полной мере только в процессе работы на предприятии. Поэтому для плавного освоения профессией Университет заключает договора о взаимном сотрудничестве с работодателями, которые не только предоставляют места для практик студентам, но и привлекают их к решению творческих задач предприятий. С большим интересом студенты, совместно со своими научными руководителями, выполняют решения данных задач в рамках курсового и дипломного проектирования.

Специалист в индустрии моды должен понимать и принимать решение на любой из стадий создания и продвижения модной одежды [5, 7]. Формирование потребности в модной качественной одежде предусматривает прохождение несколько стадий (рис. 1), когда потребитель получает информацию о новых тенденциях в моде через рекламу и

различные сообщения в средствах массовой информации. Все эти различные предприятия, взаимодействуя между собой, формируют индустрию моды [1, 5, 7]. Предприниматель, работающий в индустрии моды, должен владеть методами сбора сведений о модных начинаниях и уметь вовремя на них откликаться. В торговых сетях данные функции выполняет байер, формирующий заказ на модную продукцию для реализации в торговой сети. Специалист исследует все стадии продвижения модного продукта, используют возможности широкой сети структур индустрии моды, участвующих в формировании моды [1, 5, 7], ее создании и распространении, включая журналы мод, научные и учебные заведения, салоны мод, производителей материалов, техники и изделий и, бесспорно, – предприятия торговли. Специалист должен уметь не столько копировать модные решения, но создавать решения, отвечающие как требованиям модного стандарта, так и бренду торговой сети, на которую их создает. Поэтому, кроме изучения дисциплин по маркетингу, психологии потребителя, экономики, товароведению и др., студенты изучают также следующие дисциплины: «Диагностика персонального образа потребителя в сервисе индустрии моды и красоты», «Технологии формирования модного бренда в сервисе индустрии моды и красоты» и «Технологии модельного бизнеса в индустрии моды и красоты».



Рис. 1. Алгоритм формирования потребности в одежде в индустрии моды.

Реклама модных образцов и модных стандартов в одежде включает и проведение всевозможных фестивалей, конкурсов, на которых осуществляется показ модной одежды. Специалист, осуществляющий подготовку и показ модной одежды, должен иметь профессиональные навыки по ступеням ее представления (рис. 2). Его творческий потенциал в этом случае направляется на выявление наиболее важных креативных предложений, умение замечать особое, прогнозировать его будущее и влиять на развитие индустрии моды. Только грамотно подготовленный специалист имеет знания о главных критериях формировании модного образа и его влияние на восприятие потребителем с учетом социальной, культурной, национальной и психологической идентичности. Для эффективной организации данных мероприятий, их проведения и квалифицированного отражения в средствах массовой информации также необходимы знания о технологии их выполнения. Направления развитие моды одежды формирует задание и потребность в особых характеристиках и свойствах материалов для их производства в промышленности.

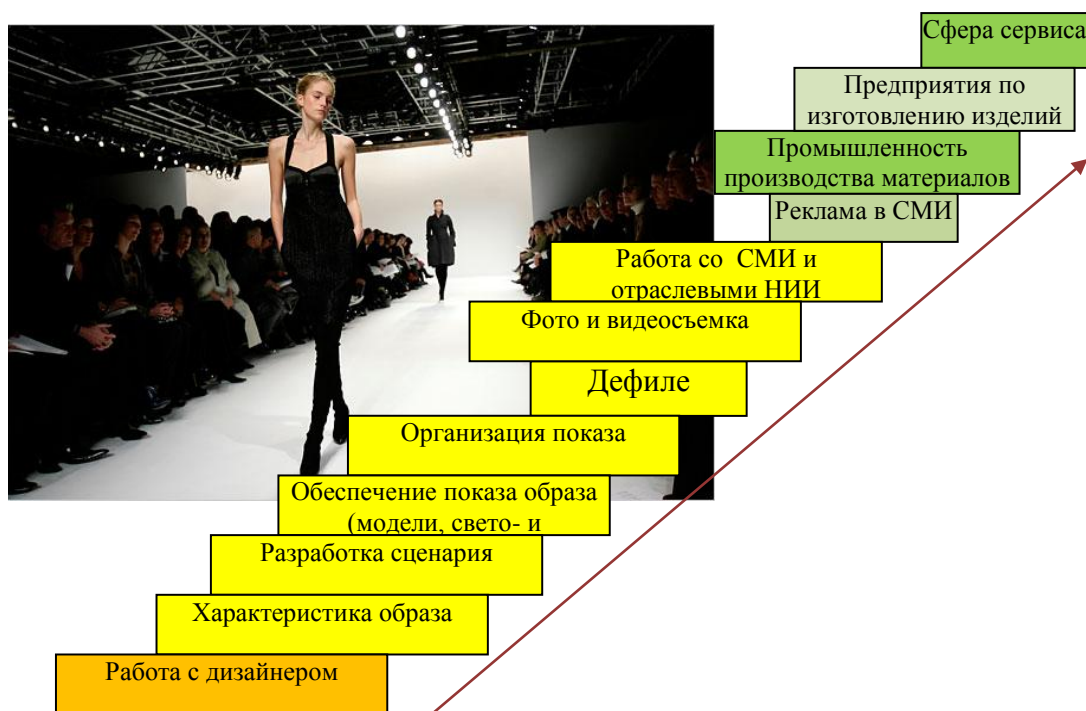


Рис. 2 – Этапы подготовки и проведения показа моды в одежде и продвижения ее модных стандартов в индустрии моды.

Прогнозирование развития промышленности производства материалов особенно важен, т.к. процесс создания материала в промышленном масштабе занимает срок в несколько месяцев. Процессом прогнозирования должны заниматься специалисты научно-исследовательских или учебных заведений, которые обладают необходимыми знаниями о состоянии и тенденциях в моде и математическом моделировании и прогнозировании

процессов развития моды. Имея новые материалы, предприятия швейной промышленности и предприятия сервиса могут создавать одежду с учетом модного стандарта.

Для развития индустрии моды в нашей стране важным также является гражданская позиция специалиста. Пропаганда национальной идентичности и принятие решений, способствующих развитию отечественных предприятий индустрии моды, также будут способствовать повышению качества жизни в нашей стране. Вдохновенное творчество невозможно без любви к своей стране, также как и создание эксклюзивной одежды для клиента требует доброго отношения и к своему труду, и к потребителю. Развитие индустрии моды позволит не только повысить занятость населения в этой отрасли, но и обеспечить модной и качественной одеждой потребителей, поднимет престиж России в мире, и как следствие, наша страна станет более привлекательной для иностранного туриста.

Таким образом, вектор образования студента по направлению «Сервис» должен быть сориентирован на целостно-гармоническое развитие личности и на подготовку каждого специалиста индустрии моды к проведению глубоких исследований по маркетингу, брендингу, конструированию и технологии, рационализации производственных систем, дизайну и решению психофизиологических проблем в работе с потребителем.

В рамках вхождения нашей страны во всемирную торговую организацию актуальными становятся профессии, которые могут выявлять модные тенденции в продукции и потребность в ней на отечественном рынке товаров.

Особое место на современном уровне развития образования в высших учебных заведениях России приобретает качество и степень занятости студентов в самостоятельном освоении знаний [6]. При освоении творческих профессий самостоятельная работа имеет свои особенности. Данную работу следует рассматривать как взаимосвязанную совместную деятельность преподавателей и студентов. Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплин всегда включает прямое или косвенное руководство преподавателя и является результатом двух взаимосвязанных процессов: самостоятельного изучения и обучения с преподавателем. Успешность реализации всех элементов самостоятельной работы определяется организационным процессуальным единством совместной деятельности студентов и преподавателя в этом виде обучения. Необходимым условием успешного их творческого взаимодействия выступает их заинтересованность и вовлеченность в

выполнении данной работы, которая стимулируется не только оценкой их работы при проведении аттестации, но и возможностью участия в творческих конкурсах, выполнения творческих работ по заказам предприятий, публикацией результатов в научных журналах, сборниках трудов конференций, подачей заявок на изобретения и товарные образцы, вступлением и работой в творческих союзах и т.п.

Также важное значение в подготовке специалистов для индустрии моды имеет их участие в развитии инновационного сектора индустрии моды, что обуславливает также развитие их творческих способностей.

Развитие способностей у каждого студента к творчеству процесс сложный [6] и среди разных подходов к его решению выделяют два основных:

- специфическая способность к творчеству – креативность, которая может быть выделена и изменена;
- способность к творчеству – как особая конфигурация способностей специалиста.

По мнению многих специалистов современной высшей школы, поставивших целью формирование качеств гуманного, креативного, компетентного специалиста, следует при его подготовке уйти от стратегии обучения в соответствии с образовательными стандартами вузов к поднятию роли самообразования, направленного на развитие опыта личной креативной деятельности. При этом самообразование студента без креативного руководства не будет иметь результата. Атмосфера творчества передается преподавателем студенту через вдохновение, смелость в постановке задач и целенаправленность в их решениях, поощрении и внимании к каждому шагу в созидании нового.

Инновационный подход в своей профессиональной деятельности для предпринимателя в индустрии моды особенно актуален при работе в конкурентной среде. Знания методов создания модного бренда позволяют специалисту принимать решения для успешного продвижения своей продукции на рынке одежды. Также развитие индустрии моды немислимо без широкого внедрения научно-технических достижений и информационных технологий. При подготовке специалистов по профилю «Сервис в индустрии моды и красоты» предусмотрено изучение основных технологий и их обеспечений, включая и использование современных компьютерных технологий. Эффективное решение актуальных вопросов в индустрии моды должно учитывать множество факторов, а проектирование услуги требует умение ее оптимизировать с использованием математического моделирования. В этом случае специалист проектирует не только предприятие индустрии моды, но и весь процесс оказания услуги в модной

эксклюзивной одежде по заказу потребителя. Таким образом, специалист сервиса должен быть подготовлен к реализации CALS-технологий в индустрии моды [9], начиная от автоматизированного моделирования образа потребителя (САПР) – до ее реализации на предприятии с использованием компьютеризированных технологий оказания услуги (АСУТП) в модной качественной одежде. Современные компьютерные технологии проектирования и изготовления одежды позволяют реализовать студенту свой творческий потенциал.

Отмеченные профессиональные особенности специалиста индустрии моды требуют прохождения его обучения по программе высшего профессионального образования, что позволит бакалавру получить базовое высшее образование в рамках обучения по направлению «Сервис» и по профилю «Сервис в индустрии моды и красоты» – при изучении блока специальных дисциплин. Таким образом, блок дисциплин специализации и специальных дисциплин реализуют методологию творчества в подготовке кадров для индустрии моды и совместно с базовыми профессиональными дисциплинами формируют необходимые профессиональные его компетенции для успешной творческой работы на предприятиях индустрии моды.

Литература:

1. **Fashion-бизнес. Теория, практика, феномен**// Никола Уайт, Йен Гриффитс, - Минск: Гревцов Паблишер, 2008 г.-272 с.
2. **Вячеслав Зайцев** - "Сделано в России" URL: <http://www.fashionunited.ru/78-fashion/6089-vyacheslav-zajcev-sdelano-v-rossii.html> <дата обращения: 16.09.2013>
3. **Галустов А.Р.** Научное творчество и организация НИДС в вузе: курс лекций/ А.Р. Галустов, В.С. Глухов – Армавир: АГПА, 2011.- 281 с.
4. **Ермаков А. С., Зворыкина Т. И., Мухамеджанова О. Г.** Совершенствование кадрового обеспечения для индустрии моды и красоты// Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2013. № 2. 36–41с.
5. **Индустрия моды**// Тим Джексон, Дэвид Шоу- Издательство: Баланс Бизнес Букс, 2011, - 400с.
6. **Сильчева Л.В., Розаренова Т.В., Донников А.В.** Современный подход к управлению качеством подготовки бакалавров // Межрегиональная конференция, г. Москва, 2013 г.. 32-34с.
7. **Марк Тангейт** Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara – М.: Альпина Паблишер, 2006 – 298 с.

8. **ФГОС по направлению «Сервис».** Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 627 URL: http://www.edu.ru/db/mo/Data/d_09/prm627-1.pdf <дата обращения 19.09.2013>

9. **Шеромова И.А., Старкова Г.П.** Моделирование процессов проектирования швейно-трикотажных изделий // *Фундаментальные исследования*. – 2013. – № 10 (часть 1). – стр. 68-72; URL: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10001427 <дата обращения: 16.09.2013>.