Аннотация

Курс рассматривает моду как в исторической, так и в социологической перспективах. Слушатели научатся различать костюм и моду, узнают, как на эволюцию моды повлияло женское движение и подъем молодежного движения. Социологическая часть посвящена процессу производства моды и его изменению под влиянием цифровизации, больших данных, новых типов материалов и фрагментации общества. Слушатели узнают, как возникают, производятся, тиражируются новинки и идеи, какая инфраструктура необходима обществу, чтобы мода могла в нем функционировать, и зачем обществу мода. Наконец, мы поговорим об особенностях труда в индустрии моды и моде как бизнесе. Во время семинаров слушатели применяют полученные знания для анализа развития интересующих их тенденций, брендов и стартапов.

Цель: дать слушателям курса представление о производственных и институциональных аспектах функционирования рынков модных товаров и об инструментах, используя которые можно анализировать макросреду рынков модных товаров. Иными словами, рассказать о том, как производители и распространители модных товаров и информации о них, инициируют, контролируют и поддерживают распространение новинок и идей, поддерживающих эти новинки. Кроме того, курс позволит понять, как мода влияет на общество, а общество на моду, как происходит процесс рождения и распространения инноваций в модной индустрии.

Курс рассчитан на студентов факультета экономики, менеджмента и бизнес-информатики НИУ ВШЭ Пермь, социально-гуманитарного факультета НИУ ВШЭ Пермь, студентов других пермских вузов, журналистов и специалистов по связям с общественностью.

Тематический план

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название темы | Лекции | Практики |
| От истории костюма к истории моды | 2 | 2 |
| От суфражисток к «золотому веку» моды | 2 | 2 |
| «Молодёжная революция» меняет моду | 2 | 2 |
| Упорядочивая моду: Мода как социальный механизм и индустрия | 2 | 2 |
| Как регулируется мир моды: динамическая сторона модных систем | 2 | 2 |
| Модные инновации: происхождение и распространение | 2 | 2 |
| Труд и деньги в индустрии моды | 2 | 2 |
| Раса, гендер и сексуальность в моде | 2 | 2 |

Основная литература

Ермилова Д. Ю. История домов моды : учебное пособие для вузов / Д. Ю. Ермилова. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2018. 443 с. (Серия : Бакалавр. Академический курс). ISBN 978-5-534-06216-8. Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/3B768020-C097-4AC4-B075-1300FA14AFD6](http://www.biblio-online.ru/book/3B768020-C097-4AC4-B075-1300FA14AFD6).

А. Б. Гофман. Мода и люди, или Новая теория моды и модного поведения. СПб, 2004

Ю. Кавамура. Теория и практика создания моды. Минск, 2009 (В апреле 2018 года ожидается переиздание на английском)

Холландер Э. Пол и костюм. Эволюция современной одежды / Энн Холландер; пер. с англ. Е. Канищевой, Л. Сумм. М.: Новое литературное обозрение, 2018. 176 с.

P. Aspers. Orderly Fashion: A sociology of markets. Princeton University Press, 2010.

P. Aspers. Markets in Fashion: A phenomenological approach. Routledge, 2011.