

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусства»

Факультет культурологии и социокультурной деятельности  
Кафедра межкультурных коммуникаций

СОГЛАСОВАНО  
Заведующий кафедрой  
А.В.Морозов  
« » 20 г.

СОГЛАСОВАНО  
Декан факультета  
И. Н. Воронович  
« » 20 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

**«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МОДЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС»**

для специальности 1-21 04 01 Культурология,  
специализации

1-21 04 01-02 02 Менеджмент международных культурных связей

Составитель:  
Е.Г.Коваленя, преподаватель

Рассмотрено и утверждено  
на заседании Совета университета «23» января 2018г.  
протокол № \_5\_

Минск, 2018

Составитель:

**Коваленя Елена Георгиевна**, преподаватель кафедры межкультурных коммуникаций Белорусского государственного университета культуры и искусств

Рецензенты:

**Мартынов В. Ф.** заведующий кафедрой культурологии Частного учреждения образования «Института современных знаний имени А.М.Широкова», доктор культурологии, профессор.

**Кухто Л. К.** профессор кафедры культурологии Учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент.

Рассмотрен и рекомендован к утверждению:

*Кафедрой межкультурных коммуникаций  
(протокол от 29.11.2017 № 4);*

*Советом факультета культурологии и социокультурной деятельности  
(протокол от 23.01.18 № 5)*

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	6
2.1 Тезисы лекций .....	6
3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	18
3.1 Тематика семинарских занятий .....	18
3.2 Описание лабораторных работ .....	31
4. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	33
4.1 Вариант теста.....	33
4.2 Перечень тем рефератов .....	35
4.3 Перечень тем кейсов .....	36
4.4 Перечень вопросов к зачету .....	37
4.5 Критерии оценки результатов учебной деятельности студентов .....	39
5. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	40
5.1 Учебно-методическая карта учебной дисциплины для дневной и заочной формы получения высшего образования.....	40
5.2 Основная литература .....	42
5.3 Дополнительная литература.....	43
5.4 Перечень электронных образовательных ресурсов.....	45

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс (далее – ЭУМК) к курсу «Международный модельный бизнес» представляет собой комплекс материалов по темам дисциплины, теоретическим и практическим занятиям, самостоятельной работе, а также рабочую учебную программу для студентов IV курса дневной формы получения образования и V курса заочной формы получения образования, обучающихся по специальности 1-21 04 01 Культурология, направление специализации 1-21 04 03 Менеджмент международных культурных связей.

ЭУМК направлен на обеспечение нового конструирования учебного процесса и организацию целостности системы учебно-познавательной деятельности по дисциплине «Международный модельный бизнес», что является одним из важных направлений стратегических инноваций в образовании. В этом контексте организация изучения учебной дисциплины «Международный модельный бизнес» на основе ЭУМК предполагает продуктивную учебную деятельность, позволяющую сформировать профессиональные компетенции будущих специалистов в области международных культурных связей, обеспечить развитие познавательных и созидательных способностей личности.

Содержание ЭУМК направлено на формирование знаний студентов о специфике организации международного сотрудничества в сфере моды и модельного бизнеса, а также на овладение необходимыми навыками эффективной управленческой деятельности при организации бизнес процессов в международных модельных агентствах.

Предлагаемая разработка ЭУМК призвана обозначить конкретные направления междисциплинарного взаимодействия на платформе современного научного знания, педагогических новаций и информационных технологий. ЭУМК основан на системном изучении современных достижений в области управленческих технологий в целом, а также менеджмента и маркетинга в сфере модельного бизнеса в зарубежных странах и опыта, имеющегося в Беларуси.

*Цель ЭУМК по учебной дисциплине «Международный модельный бизнес»* – обеспечить качественное методическое оснащение учебного процесса, способствующее подготовке высококвалифицированных специалистов в области прикладной науки в социокультурной сфере, а также выработке сценариев межкультурных взаимодействий со странами Европы, Азии и Америки в сфере международного модельного бизнеса, на основе полученных современных знаний, умений и навыков.

*Задачи ЭУМК:*

- систематизация содержания дисциплины «Международный модельный бизнес»;
- упорядочение процесса изучения учебной дисциплины с учетом достижений прикладной науки;
- обеспечение организации самостоятельной учебной работы и контроля знаний студентов;
- оказание студентам методической помощи в усвоении учебного материала.

ЭУМК по учебной дисциплине «Международный модельный бизнес» структурирован по разделам и темам, представляющим относительно самостоятельные дидактические единицы содержания обучения.

Раздел 1. Пояснительная записка, в которой отражаются цели, задачи учебного издания, особенности структурирования и подачи учебного материала, рекомендации по организации работы с ЭУМК.

Раздел 2. Теоретический раздел содержит конспект лекций. Материал структурирован по темам в соответствии с учебной программой по учебной дисциплине.

Раздел 3. Практический раздел включает материалы для проведения практических занятий: тематику семинарских занятий и список литературы, рекомендуемый для изучения; описание лабораторных работ (перечень примерных заданий и методические рекомендации по их выполнению).

Раздел 4. Контроль знаний содержит перечень вопросов к зачету, критерии оценки результатов учебной деятельности студентов. При аттестации студентов учитываются результаты учебно-исследовательской работы, уровень ответов на семинарских занятиях.

Раздел 5. Вспомогательный раздел включает учебную программу, учебно-методическую карту учебной дисциплины для дневной и заочной форм получения высшего образования, перечень основной, дополнительной литературы, рекомендуемой для изучения по учебной дисциплине; а также список электронных ресурсов и баз данных.

ЭУМК по учебной дисциплине «Международный модельный бизнес» размещается на интернет-сайте Белорусского государственного университета культуры и искусств. ЭУМК способствует успешному осуществлению учебной деятельности, дает возможность планировать и осуществлять самостоятельную работу студентов, обеспечивает рациональное распределение учебного времени по темам учебной дисциплины и совершенствование методики проведения занятий.

## 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### 2.1 Тезисы лекций

#### *Лекция 1. Основы модельного бизнеса. История профессии «модель»*

*Основные вопросы:*

1. Цель, задачи и содержание курса.
2. Понятие «модель» и «модельный бизнес» в социально-гуманитарных науках.
3. Общая характеристика развития модельного бизнеса и особенностей профессиональной работы моделью в XIX–XXI вв.

Учебная дисциплина «Международный модельный бизнес» направлена на формирование знаний студентов о специфике организации международного сотрудничества в сфере моды и модельного бизнеса, а также на овладение необходимыми навыками эффективной управленческой деятельности при организации бизнес-процессов в международных модельных агентствах.

Цель учебной дисциплины «Международный модельный бизнес» – формирование практических умений и навыков в области организации и регулирования отношений по осуществлению международного культурного сотрудничества в сфере модельного бизнеса.

Задачи учебной дисциплины:

- овладение умениями и навыками поиска, систематизации и комплексного анализа материала по проблематике;
- усвоение комплекса теоретических знаний о технологиях организации международного культурного сотрудничества в сфере модельного бизнеса;
- ознакомление с методиками анализа основных форм международного культурного сотрудничества в сфере модельного бизнеса;
- закрепление навыков использования систематизированных теоретических и практических знаний при проектировании процессов в модельных агентствах;
- формирование профессиональных компетенций по продвижению моделей в системе международного культурного сотрудничества;
- освоение навыков разработки международных проектов в модельном бизнесе.

Модель (от англ. Model – образец, эталон, единичный экземпляр) – это уменьшенный образец объекта, который в последствии будет произведен в реальных размерах. Бывают модели автомобилей, зданий, городов,

космических тел и т. д. Модель создается для апробации основных характеристик и возможностей будущего объекта, а также с целью изучения спроса на него.

Модель в модельном бизнесе – образец человека, модного и стильного, презентующего продукты, которые будут актуальным в ближайшем будущем. Таким способом потенциальным потребителям предлагают оценить и принять созданный образ или отказаться от него. Благодаря своим внешним и внутренним качествам модель презентует общественности дизайнерский проект одежды, обуви, аксессуаров и других продуктов / услуг. Половые признаки для модели в сфере международного модельного бизнеса вторичны. Способность эффектно презентовать одежду, обувь, аксессуары и др. имеет первостепенное значение.

В XVIII в. в Европе в качестве моделей выступали куклы-манекены, которых называли пандорами. Их, наравне с гравюрами и журналами мод, использовали международной коммуникации для распространения информации о модных новинках. Европейцы активно пользовались манекенами для демонстрации и продажи своих товаров. Их изготавливали из дерева или папье-маше. В XIX в. в Париже в витринах первых крупных универсагов начали использоваться манекены извоска.

Появление живых манекенщиц было обусловлено стремлением продемонстрировать одежду на реальном человеке. Первыми манекенщицами были девушки из бедных слоев населения. На них одевали черный чехол, не позволяющий нарядам соприкоснуться с телом, а сверху – рекламируемый наряд. Такой способ позволял в последствии продать одежду представительницам высшего общества.

В середине XIX в. Ч. Ф. Уорта осуществил реформу в модельном бизнесе. Модельер:

- использовал моделей, которые демонстрировали одежду в движении («sosies» от фр. «двойники»);
- ввел в практику дефиле (демонстрация одежды в процессе передвижения по подиуму во время частных показов мод);
- выпустил и презентовал светскому обществу сезонные коллекции одежды;
- рекламировал одежду с помощью известных и влиятельных женщин своего времени;
- популяризировал вещи собственного производства на светских мероприятиях при помощи «светских манекенщиц»;
- предложил организовывать туры по городам Европы, с целью демонстрации модных новинок моделями на подиуме (в 1911 г. эту идею развил известный дизайнер П. Пуаре);

– закрепил за брендами одежды определенных моделей или известных личностей, по которым начали запоминать и узнавать торговые марки в сфере моды.

В начале XX в. танцовщицы «Русского балета С. П. Дягилева», принимавшие участие в проекте «Русские сезоны» во Франции и Великобритании осуществили переворот в модельном бизнесе. Как правило, это были представительницы русских дворянских семей, которые знали иностранные языки и правила хорошего тона. Крупнейшие французские Дома мод, например, Jean Patou, Christian Dior и Chanel пользовались услугами моделей из России. Они появлялись на публике в платьях от кутюр, презентовали их общественности и сообщали информацию об их авторах.

После второй мировой войны история модельного бизнеса стала развиваться динамичнее. Развитие фотоискусства способствовало развитию данной сферы. Наиболее известными моделями 1950-х гг. являются: Довима, Дориан Ли и др. В 1960-х гг. тенденции в модельном бизнесе определяли противоположные образы Твигги и Верушки. В 1970-х гг. в модельном мире появились девушки африканского происхождения, отличающиеся экзотической красотой (Иман, Н. Кэмпбелл, Б. Джонсон). Этот процесс получил название «Black is Beautiful».

Престижность модного показа и журнала о моде в 1980-х гг. определялась числом задействованных моделей-звезд. Дж. Версаче первым начал платить большие гонорары за эксклюзивное участие в его дефиле, что дало толчок к определению статуса модели как высокооплачиваемого профессионала. К числу топ-моделей относят: Кл. Шиффер, Н. Кэмпбелл, Л. Евангелиста, С. Кроуфорд, К. Бруни, Х. Кристенсен.

С 1990-х гг. дизайнеры начали выступать против диктата топ-моделей, поскольку внимание прессы и публики на показах было приковано не к одежде, а к супермоделям. Наиболее востребованными становятся образы: К. Мосс, А. Валеты, К. Бруни, Кр. Мак-Менами и др.

В XXI в. увеличивается количество моделей, которые обладают разными параметрами, внешними и возрастными характеристиками. При этом, сотрудники модельных агентств находятся в постоянном поиске «новых лиц» для выполнения заказов в сфере модельного бизнеса. Страны Азии (Япония, Китай, Сингапур и Южная Корея) выступают в качестве «новых» центров, определяющих направления развития международного модельного бизнеса.



## *Лекция 2. Международные модельные агентства*

*Основные вопросы:*

1. История возникновения первых модельных агентств.
2. Модельное агентство: функции, организационная структура.
3. Основные визуальные фотоматериалы модели.
4. Общая характеристика современных модельных агентств.

Первыми известными модельными агентствами были: House of Worth (с 1858 г.) – французский дом высокой моды и агентство моделей, основанное Ч. Ф. Уортом; «Дом моделей Мадам Люсиль» (с 1890 г.) в Лондоне. К моделям того времени предъявлялись следующие требования: рост 160 см, знание иностранных языков и светских манер. Первое самостоятельное модельное агентство «Бюро моделей» открылось в Нью-Йорке в 1915 г. Оно специализировалось на аккумулировании заказов, распределении их между имеющимися в базе моделями и получении за свои услуги агентского вознаграждения. На территории СССР, в Общесоюзном Доме моделей «На Кузнецком мосту» (с 1944 г.) проводились показы модной одежды, отшивались коллекции, тиражируемые на швейных фабриках СССР, продавались выкройки и готовая одежда для советской элиты.

Сегодня, *Модельное агентство (Model Agency)* – юридическое лицо, официально представляющая моделей в профессиональном модельном бизнесе. Агентство выступает в качестве посредника между заказчиком и моделью и получает за свои услуги процент от выполненных заказов моделью из базы модельного агентства. Организационная структура современного модельного агентства включает следующих специалистов:

- скаут (scout),
- буккер (booker),
- административная группа,
- креативная группа (постановщик дефиле, визажисты, парикмахеры, костюмеры, стилисты и др.);
- технический персонал по организации фото- и видео съемок, показов, дефиле и т. д.,
- также могут входить: преподаватели дефиле, аэробики и т. д.

«*Материнское*» модельное агентство (*Mother Agency*) это юридическое лицо, с которым модель подписывает контракт, который определяет порядок их профессиональных отношений. «Материнское» модельное агентство является эксклюзивным работодателем модели и обладает исключительными правами на все выполненные ею работы как на территории страны, где расположено модельное агентство, так и за ее

пределами. Агентствополучает комиссионные, в среднем 10–15 %, с доходомодели, которая осуществляет все виды работ только под контролем «материнского» модельного агентства, с его согласия и предварительно информирует его о проектах, предложенных другими агентствами и фирмами.

«Материнское» модельноеагентство выполняет следующие функции:

- представляет и защищает законные интересы модели, связанные с ее профессиональной деятельностью на территории страны, где расположено агентство, и за ее пределами;
- обеспечиваетмодель работой в сферах модельного и шоу-бизнеса, а также рекламы;
- ведет все переговоры по предложениям и контрактам в отношении профессиональной деятельности модели и принимать по ним решения;
- совершаетюридически значимые действия от имени модели, которые касаются с ее профессиональной деятельности;
- дает разрешения на публикации, связанные с именем или изображением модели;
- выполняет работу по формированию и распределению доходов и расходов модели;
- занимается совершенствованием имиджа модели при поддержке специалистов в области стиля, причесок, макияжа и др.;
- ведет переговоры с фотографами и стилистами по всем вопросам, связанным с подготовкой визуальных фотоматериалов материалов для модели;
- изготавливает для продвижения модели необходимое количество композиток и портфолио;
- осуществляет контроль за точным соблюдением сроков выполняемых моделью заказов и своевременной их оплатой;
- осуществляет оформлениевиз и проездных билетов для модели в случае заключения «материнским» модельным агентством контракта на работу модели за рубежом;
- обеспечивает полную конфиденциальность в отношении информации о модели и условиях ее работы.

*Основные визуальные фотоматериалы модели:*

- снэпшоты (снэпы, полароиды, snaps, snapshots, polaroids),
- композитка (compositecard, compcard),
- портфолио (book, portfolio).

Подготовка информационно-рекламных материалов для модели включает следующие этапы: определение цели и задач фотосъемки, работа над имиджем модели, подготовка реквизита и студии к проведению

фотосъемки, создание образа модели, непосредственно фотосессия, отбор лучших фотоснимков (соответствующих цели фотосессии), создание макета визуальных фотоматериалов модели, печать готового продукта, использование информационных материалов для продвижения модели.

Общая характеристика современных модельных агентств:

*FordModels* – модельное агентство, основанное Эйлин и Джерри Фордами в 1946 г. Штаб-квартира расположена в г. Нью-Йорке, имеются представительства в Чикаго, Майами, Торонто, Сан-Франциско и т. д. Сотрудники агентства очень скрупулезно подходят к отбору моделей и строго следят за параметрами и дисциплиной моделей. В *FordModels* сохраняют традиции работы одного из первых модельных агентств, ставшим известным во всем мире. Отбирают моделей для участия в проектах «Victoria's Secret». Знаменитые модели агентства: Эль Макферсон (Elle Macpherson), Бар Рафаэли (Bar Refaeli), Дэвид Джеймс Ганди (David James Gandy), Шанель Иман (Chanel Iman), Твигги (Twiggy) и др.

*IMG Models* функционирует с 1960 г. Специализируется на оказании консалтинговых услуг в сфере моды, является актерским и модельным агентством, занимается выпуском спортивных программ. С 2012 г. в базе моделей агентства присутствуют и женщины, и мужчины. Главный офис *IMG Models* расположен в Нью-Йорке, а самые крупные подразделения в Гонконге, Милане, Лондоне и Париже. Группой компаний *IMG* владеет *Mercedes-Benz Fashionweek*. Налажено сотрудничество со странами СНГ.

*Wilhelmina Models* функционирует с 1967 г. Агентство специализируется на работе с моделями организации проектов и показов в области моды. Тесно сотрудничает с крупными компаниями, предоставляя им моделей для рекламных компаний (например, *L'Oreal*, *Donna Karan*, *Avon* и др.). Знаменитые модели агентства: Ларра Скотт (Larry Scott), Габриел Аубры (Gabriel Aubry), Марк Вандерлоо (Mark Vanderloo), Сунг Хее Ким (Sung Hee Kim), Ава Смитх (Ava Smith) и др.

*Elite Model Management* открыто в 1972 г. Агентство имеет 35 филиалов в разных странах мира на 5 континентах, главный офис расположен в мировой столице моды – Париже. Лучшие модели и известные дома моды со всего мира стараются работать именно с *Elite Model Management*. Сотрудники агентства занимаются подбором моделей для участия в фэшн-проектах «Victoria's Secret». Знаменитые модели агентства: Синди Кроуфорд (Cindy Crawford), Клаудия Шиффер (Claudia Schiffer), Наоми Кэмпбелл (Naomi Campbell). В разные времена с агентством заключали контракт: Жизель Бундхен (Gisele Bündchen), Тайра Бэнкс (Tyra Banks), Хайди Клум (Heidi Klum) и др.

*WomenModelManagement*– модельное агентство, основанное в Нью-Йорке в 1988 г. П. Роландом. *SupremeManagement*– дочернее агентствокомпании, которое входит в *WomenInternationalAgencyChain*, чьи офисы находятся в Париже и Милане.

*NEXT ModelManagement*– международное модельное агентство с офисами в Нью-Йорке (главный офис), Лос-Анджелесе, Майами, Милане и Париже. Оно было основано в 1989 г. Ф. Кейтс, в настоящее время является одним из лучших модельных агентств в мире. Структурное подразделение «*SpecialBooking*» специализируется на организации международных фешн-проектов. Также в *NEXT* есть подразделение для поваров, которое занимается позиционированием лучших поваров мира, а также кулинарных брендов. Знаменитые модели агентства. Аризона Мьюз (*AzонаMuse*), КэтринМак Нил (*CatherineMcNeil*), Миранда Керр (*MirandaKerr*), Эбби Ли (*AbbeyLee*), КарлиКлосс (*Kare Kloss*), Аня Рубик (*AnjaRubik*).

Агентство *DNA Models* основано в Нью-Йорке в 1996 г. Оно сотрудничает с издательским домом *CondeNast* и известными фотографами модельного бизнеса. Знаменитые модели агентства: АлессандраАмбросио (*AlessandraAmbrosio*), Линда Евангелиста (*LindaEvangelista*), Наталья Водянова (*NataliaVodanova*), Эмбер Валлетта (*AmberValletta*) и др.

Агентство *MajorModelManagement* основано в 1999 г. в Нью-Йорке, является одним из самых престижных и успешных модельных агентств мира. Офисы агентства находятся в Нью-Йорке, Париже, Милане и Мюнхене. Знаменитые модели агентства: Даниэла де Хесус (*DanieideJesus*), ФлорианванБаэл (*FlorianvanBael*), ДжейкШортал (*JakeShortall*) и др. Среди клиентов агентства крупные марки: *RalphLauren*, *VeraWang*, *Empor*, *Armani*, журналы *VOGUE*, *ELLE*, *L'Officiel*.

### ***Лекция 3. Параметры и компетенции моделей различной специализации в модельном агентстве***

*Основные вопросы:*

1. Требования к параметрам и компетенциям моделей различной специализации в современных международных модельных агентствах.
2. Типажи моделей (женщин, мужчин, детей) и их востребованность на внутреннем и внешнем рынке.
3. Основные направления деятельности современных моделей.

В международном модельном бизнесе существуют универсальные требования к параметрам моделей:

- женская подиумная модель (возраст от 16 лет, рост 175–180 см, обхват груди, талии, бедер соответственно 90–60–88 см, размер ноги 37–40, размер одежды 42–44 (в Европе 36–38), ухоженная внешность и хорошее состояние здоровья). В США рост 178–185 см;

- мужская подиумная модель (возраст от 18 лет, рост 182–188, желательно, чтобы мужчина имел не сильно развитую мускулатуру, но его тело смотрелось мужественным и подтянутым. Размер одежды: 50–54 (в Европе L, XL, XXL), размер ноги 42–45, ухоженная внешность и хорошее состояние здоровья). В США рост 186–200 см;

- маленькие модели (petite) это модель с нестандартными размерами (обычно 40–42 размер, рост 165–175 см у женщин, рост мужчин 178–182 см). Обычно демонстрируют товары масс-маркета;

- модель «полная фигура» (plussizemodeling) это модель с нестандартными параметрами (рост женщин 172–178 см, размер одежды 48–52);

- мужская модель (рост 178–182 см, размер одежды 48–50).

Внешне модели должны быть гармоничны, с хорошими пропорциями лица и тела. Модель представляет коллекцию одежды и другие товары / услуги, популяризирует, рекламирует и продает их при помощи собственного образа, воздействуя на потенциальных потребителей своей энергетикой, индивидуальными внешними особенностями и обаянием. В зависимости от страны и специализации модели, параметры и требования к модели могут варьироваться. Основная функция «материнского» модельного агентства и обязанность буккера модели – спрогнозировать, в каком именно регионе и на рынке какой страны внешность определенной модели будет пользоваться наибольшим спросом.

Типажи моделей:

- бейбифейс / babyface (например, Н. Водянова и др.);
- стронфейс / strongface или бруттал / brutal (например, Н. Поли, Дж. Кортайран и др.);

- кэмешел / commercial (например, Адр. Лима, И. Шейк и др.);

- страндж лук / strangelook (например, Л. Виксон, Т. Глаузер, Ш. Браун-Янг, Н. Триспел и др.);

- клэссикал / classical (например, Н. Ньютон).

Основные направления деятельности современных моделей:

- демонстрация дизайнерских коллекций (одежды, обуви головных уборов, белья и купальников, аксессуаров, причесок и т. д.) на показах Недель моды (HauteCouture и Pret-a-porter);

- участие в фото- и видеосъемках для журналов, каталогов, лукбуков;
- участие в видео- и рекламных роликах, музыкальных клипах, фильмах;
- работа на презентациях, выставках и в шоу-румах мероприятий по продвижению товаров и услуг и т.д.

*Хай фешн моделинг (highfashion modeling)* – модели, представляющая новые тенденции моды, созданные знаменитыми дизайнерами, работающими в домах мод. Это могут быть как показы мод, так и фото съемки. Ставки оплаты самые высокие среди всех видов модельной работы. Клиенты в ответ ожидают от моделей высокопрофессиональной работы. Все топ модели являются highfashion моделями.

*Подиумная модель (runway modeling)* демонстрирует дизайнерские проекты через участие в показах мод (Fashion Shows), которые проходят в залах, оборудованных специальными подиумами, или магазинах, клубах и т. д. Все подиумные модели должны соответствовать международным параметрам модельного бизнеса. Практически все модельные агентства работают с подиумными моделями

*Фотомодели (photomodels):*

- модель для съемок эдиториал (Editorial modeling от слова «editor», редактор журнала);
- модель для коммерческих съемок (commercial model);
- модель для каталога (catalogue modeling);
- модель для лукбука (lookbook model);
- модель для бьюти съемок (Beauty-съемка).

*Примерочная модель (fitting model)* используется дизайнерами при создании коллекции одежды и аксессуаров для апробации их на реальном человеке.

*Этническая модель* – это люди африканского, азиатского и латиноамериканского происхождения. Они участвуют в показах, фото- и видео съемках, а также рекламе товаров и услуг. Часто используются при создании контрастных образов совместно с моделями европейского происхождения.

*Характерная модель (character modeling)* обладает стандартной внешностью, как правило, не работает в сегменте высокой моды, рекламирует различные товары для массового потребителя. Демонстрирует собирательный образ врача, учителя, водителя, продавца и т. д.

*Неформальная модель* обладает нестандартными параметрами (или изъянами во внешности) и продвигает товары в повседневной жизни, а не в профессиональных фешн-проектах.

*Модель, представляющая части тела (partmodel)*, специализируется на съемках отдельных частей своего тела (руки, ступни, грудь, спина, зубы и т.д.) в рекламе косметики, обуви, аксессуаров, ювелирных изделий и т. д.

*Акт-модель (glamour)* рекламирует товары на фотографиях с полуобнаженным или обнаженным телом.

*Модель для пристеновой работы (convention and trade show)* используются для работы на выставках, демонстрации образцов, раздачи каталогов и ответов на вопросы.

*Возрастная модель* участвует в рекламе товаров (лекарств, продуктов), создавая образ взрослого, мудрого и рационального человека, делающего осознанный выбор. В общемировой практике, к числу возрастных моделей относят моделей в возрасте от 25–30 лет.

*Джуниор модель (junior modeling)* начинают принимать участие в проектах модельного бизнеса в возрасте 12–17 лет.

#### ***Лекция 4. Современное состояние и тенденции развития модельного бизнеса в Республике Беларусь***

*Основные вопросы:*

1. Модельные агентства Беларуси: основные направления деятельности.
2. Участие моделей из Беларуси в международных и белорусских проектах в сфере модельного бизнеса.
3. Неделя моды в Беларуси (Belarus Fashion Week): история создания, цели и задачи проекта, основные направления работы и т. д.

«Национальная школа красоты» создана в 1996 г. по поручению Президента Республики Беларусь А. Г. Лукашенко в целях эстетического и духовного воспитания молодого поколения и содействия гармоничному развитию личности. Это государственное учреждение образования, которое предоставляет комплекс образовательных услуг по подготовке профессиональных моделей. Является одним из организаторов городского конкурса красоты «Мисс Минск»; соорганизатором белорусских конкурсов в сфере индустрии красоты, владеет лицензиями на участие и организацию международных конкурсов красоты «Miss World», «Miss Europe», «Miss International», «Top Model Of The World». «Национальная школа красоты» осуществляет профессиональную подготовку моделей с присвоением 4-го квалификационного разряда по профессии «Модель (демонстратор одежды)» (бюджетная и внебюджетная форма обучения).

«*FashionStudioSergeyNagorny*» – ведущее модельное агентство Беларуси. Главный офис расположен г. Минск, филиалы в городах: Витебск, Гродно, Брест, Гомель, Могилев, Молодечно, Бобруйск, Мозырь, Барановичи, Новополоцк, Пинск. Осуществляет разработку концепций, а также создание и проведение проектов в сфере модной индустрии в Беларуси: «Супермодель Беларуси», «Мисс Беларуси», «Мистер Беларуси»; FashionBazaar, фестиваль фильмов о моде «A ShadedViewOnFashionFilm» (ASVOFF), FASHION CLUB SHOW от Маши Цигаль, BrandShow, конкурс белорусских дизайнеров «KERAMIN». Осуществляет также поддержку эксклюзивных показов известных белорусских дизайнеров и развитие детской моды.

*Агентство моделей «Студия Тамара»*, созданное Тамарой Гончаровой, существует с июня 1993 г., является старейшим в Беларуси профессиональным модельным агентством. Также организация осуществляет обучение моделей, которые регулярно становятся лицами белорусских марок, участвуют в фотосъемках для журналов, каталогов, лукбуков, в показах мод, коммерческих фото- и видео съемках. Наиболее известной моделью агентства моделей «Студия Тамара» на международной арене является – М. Линчук.

*Центр моды и красоты «Хрустальная нимфа»* представляет собой государственное учреждение и Подиумную Школу, модели которой принимают участие в белорусских проектах в сфере модельного бизнеса, а также в «неделе моды в Беларуси».

В Республике Беларусь действует РОО «Белорусская палата моды», цель которой – продвижение и популяризация отечественной моды как внутри страны, так и за рубежом.

*Неделя моды в Беларуси (BelarusFashionWeek)* с 2010 г. представляет моду нашей страны на международной арене. В программу мероприятия входят: показы известных и молодых белорусских и зарубежных дизайнеров, а также образовательная программа и мастер-классы.

Главные цели проекта:

- привлечение внимания общественности к развитию отечественной моды, а также содействие в развитии индустрии моды в целом (таких направлений, как дизайнерская одежда, одежда масс-маркета, фотография, кино, журналистика и искусство в целом);

- информирование белорусов об отечественной моде, ее дизайнерских именах и возможностях; одновременно, создание для белорусских дизайнеров комфортных условий для демонстрации своего творческого потенциала и системе фешн-бизнеса;



– продвижение Беларуси и ее модного потенциала на международном уровне, привлечение внимания зарубежных коллег и клиентов. Для этого BFW ведет активную деятельность по налаживанию международных связей со всеми Неделями моды в мире.

Формат BelarusFashionWeek предполагает проведение ежедневных индивидуальных показов дизайнерских коллекций класса «pret-a-porter» и «pret-a-porterdeluxe». В рамках программы также проходят специализированные проекты: Kid'sFashionDays, конкурс NewNamesBFW, конкурс блогеровFashionBlog Competition и проект OffScheduleBFW. Кроме того, дизайнеры имеют возможность выставить свои коллекции в шоу-руме для получения обратной связи от потребителей и заказчиков.

Белорусские модели принимают активное участие в проектах белорусского модельного бизнеса: «BolshoyFashionMarket», «CentralFashionMarket», Конкурс вечерних платьев от «Керамин», «EmbassyDesigner», «Галерея Стиля», Фестиваль-конкурс «Мельница Моды», «Роза ветров HAIR – 20...», Международная Специализированная выставка индустрии красоты и здоровья «ИнтерСтиль», «МОДА. ИТАЛИЯ. МИНСК», показ в дворцово-парковом комплексе «Несвиж» бренда «Papilio», «ConteFashionShow», «GoldenEagle – 20...», «BelarusNationalFashionAward» и т. д.

Наиболее востребованные модели из Беларуси, принимающие участие в международных проектах в сфере модельного бизнеса: Е. Доманькова, Е. Катова, С. Кичигина, К. Косушкина, С. Лобова, М. Литвиненко, Л. Логина, Е. Панько, О. Петрова, Т. Моисенко, Т. Приставка, Н. Ремарчук, О. Хижинкова, А. Тарасова и т.д.

### 3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

#### 3.1 Тематика семинарских занятий

##### *Семинарское занятие 1. Основы модельного бизнеса. История профессии «модель»*

Подготовить доклад на одну из предложенных тем на основе просмотренного видео материала.

1. Исторические и социально-экономические предпосылки развития модельного бизнеса.
2. История возникновения и роль бумажных кукол и кукол-пандор в становлении международного модельного бизнеса.
3. Развитие модельного бизнеса в странах Европы в 1950-х – 1990-х гг.
4. Модельные дома и социальное положение моделей во времена СССР.
5. Состояние модельного бизнеса в XXI в.

##### ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОСМОТРА:

1. «Забавная мордашка» 1957 г. (Моделинг 1950-х);
2. «Фотоувеличение» или «BlowUp», 1966 г.;
3. «Верушка: жизнь перед камерой» («Veruschka»), 2005 г. США, Германия;
4. «Верушка» Veruschka, 1971 г.;
5. «Кто вы, Полли Магу?», 1966 г.;
6. «Красное дерево», 1975 г., США;
7. «Джиа» GIA, 1998 г. (Моделинг 1970-х);
8. «Цветок пустыни» Desert Flower, 2009 г. (Моделинг Сомали 1980-х), Великобритания, Германия, Австрия;
9. «Подиум» Catwalk, 1996 г. (Моделинг 1990-х);
10. «Агентство моделей» ModelINC, 1994-1995 гг.;
11. «Высокая мода», 1994 г., США;
12. «Подиум», 1995 г., США;
13. «Нараспашку», 1995 г., США;
14. «Красная королева» 2015 г. (Моделинг в СССР);
15. «Picture me» 2009 г.;
16. «Сентябрьский номер» («The September Issue»), 2009 г.
17. «Лицо супермодели: тогда и сейчас», («AboutFace: Supermodels Then and Now») 2012 г. (возрастные модели);
18. «Моя маленькая принцесса» («My Little Princesses»), 2011 г.;

19. «Топ-модель» («Top-Model»), 2016 г.;
20. «Модель», («GirlModel»), 2011 г. (Моделинг в Японии, документальный фильм);
21. «ХелтерСкелтер» 2012 г. (Современный модельный бизнес Японии);
22. «Глянец» (Моделинг России), 2009 г.;
23. «Супермодели», 1998;
24. «Женские грезы»;
25. «Мадемуазель СИ»;
26. «В фокусе».

Список источников для подготовки:

1. Андреева, Р. П. Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.
2. Варламов, А. Л. Супермодель – профессия мечты / А. Л. Варламов. – Минск : Петит, 1999. – 73 с.
3. Зюлковская, Е. А. Мода и модельный бизнес : справочное пособие / Е. А. Зюлковская. – Минск : Равноденствие, 2005. – 54с.
4. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 1 : Русские красавицы / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2006. – 68 с.
5. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 11 : Русские денди / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – 68 с.
6. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 12 : Звезды сталинской эпохи / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – 68 с.
7. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 4 : Звезды мирового немого кино / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – с. 68 с.
8. Ворт, Ж. Ф. Век моды / Ж. Ф. Ворт ; пер. с англ. А.А. Бряндинская. – М. : Этерна, 2013. – 320 с.

***Семинарское занятие 2. Международные модельные агентства***

Подготовить доклад и презентацию о международном модельном агентстве по следующему плану:

- a) история возникновения и развития модельного агентства;
- b) направления деятельности модельного агентства;
- c) сеть филиалов модельного агентства;
- d) организационная структура;
- e) лучшие модели модельного агентства и их специализация;
- f) визуально-информационные материалы моделей агентства;

- g) постоянные партнеры и клиенты модельного агентства;
- h) проекты и лучшие работы модельного агентства.

#### ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК МЕЖДУНАРОДНЫХ МОДЕЛЬНЫХ АГЕНТСТВ:

1. FordModels;
2. IMG Models;
3. WilhelminaModels;
4. EliteModelManagement;
5. NextModelManagement;
6. DNA ModelManagement;
7. Major Model Managementит.д.

#### Список источников для подготовки:

1. Андреева, Р. П. Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.
2. Варламов, А. Л. Модные сказки от Саши Варламова / А. Л. Варламов. – Минск : Майнио, 2004. – 247 с.
3. Зюлковская, Е. А. Мода и модельный бизнес : справочное пособие / Е. А. Зюлковская. – Минск : Равноденствие, 2005. – 54с.
4. Старикова, Ю.А. Индустрия моды : учебное пособие / Ю.А. Старикова. – М. : А-Приор, 2009. – 126 с.
5. Учебник модельного бизнеса [Электронный ресурс] / Models. – Режим доступа: <http://www.models.ua/book>. – Дата доступа: 03.06.2017.
6. TheFashion-business : теория, практика, феномен / под ред. Н. Уайт и Й. Гриффитса ; [пер. с англ. А. Н. Поплавская ; науч. ред. А. В. Попова]. – Минск : Гревцов Паблицер, 2008. – 263 с.

#### ***Семинарское занятие 3. Параметры и компетенции моделей различной специализации в модельном агентстве***

1. Подготовить доклад и презентацию о моделях по следующему плану:
  - a) история жизни и начало карьеры модели;
  - b) сотрудничество модели с модельными агентствами;
  - c) визуальный имидж модели;
  - d) специализация модели;
  - e) лучшие работы модели;

f) участие модели в международных проектах в сфере моды и модельного бизнеса;

g) фоновый имидж модели в СМИ и социальных сетях;

h) занятость модели по завершению карьеры или в настоящее время (открытие своих направлений деятельности, благотворительность и т.д.).

2. Система профессиональной подготовки «Ангелов Виктория Сикрет» («Victoria's Secret Angels») к показам и фешн-шоу.

#### ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК МОДЕЛЕЙ ИЗ РАЗЛИЧНЫХ СТРАН:

1. Ава Смитх (AvaSmith),
2. Адриана Лима,
3. Адриана Скленарикова,
4. Алена Османова,
5. АлессандраАмбросио (AlessandraAmbrosio),
6. Алина Байкова,
7. Алла Костромичева,
8. АнгелыВикторияСикрет» («Victoria's Secret Angels»),
9. Антонина Васильченко,
10. АняРубик (Anja Rubik),
11. АризонаМьюз (Arizona Muse),
12. БарРафаэли (Bar Refaeli),
13. Беверли Джонсон,
14. Верушка,
15. Виктория Сасонкина,
16. ГабриелАубры (Gabriel Aubry),
17. ДаниэладеХесус (Daniela de Jesus),
18. Дарья Вербова,
19. ДаутценКрус,
20. ДжейкШортал (Jake Shortall),
21. Джерри Холл,
22. ДжаиКараджи,
23. Джин Шримптон,
24. Джулс Мордовец,
25. Довима,
26. Дориан Ли,
27. Ева Герцигова,
28. ЖизельБюндхен (Gisele Biindchen),
29. Изабелли Фонтана,
30. ИманМохамедАбдулмаджид,
31. Ирина Шейк,

32. Кара Делевинь,
33. Карла Бруни,
34. КарлиКлосс (Karlie Kloss),
35. Каролина Куркова,
36. Катерина Никонова,
37. КейтМосс (Kate Moss),
38. КендисСвейнпол,
39. КлаудияШиффер (Claudia Schiffer),
40. Крисс Кулик,
41. КристиТерлингтон,
42. Кэролин Мерфи,
43. КэтринМакНил (Catherine McNeil),
44. Лара Стоун (Lara-Stone),
45. ЛарраСкотт (LarryScott),
46. Летиция Каста,
47. Лили Коул,
48. Линда Евангелиста (LindaEvangelista),
49. ЛорренХаттон,
50. Марго Хемингуэй,
51. Марисса Миллер,
52. Марк Вандерлоо (MarkVanderloo),
53. Маша Тельная,
54. Миранда Керр (MirandaKerr),
55. Надя Шаповал,
56. Наоми Кэмпбелл (NaomiCampbell),
57. Наталья Водянова (NataliaVodianova),
58. Наталья Гоций,
59. Наталья Чабаненко,
60. Наталья Швачко,
61. Петра Немцова,
62. Регина Збарская,
63. Роза Хантингтон-Уайтли,
64. Саша Пивоварова (SashaPivovarova),
65. Синди Кроуфорд (CindyCrawford),
66. Снежана Онопка,
67. СоломияЗгода,
68. СунгХее Ким (Sung Hee Kim),
69. ТайраБэнкс (Туга Banks),
70. Татьяна Патиц,,
71. Твигги (Twiggy)

72. ФлорианванБаэл (Florian van Bael),
73. ХайдиКлум (HeidiKlum),
74. Хелена Кристенсен,
75. Шанель Иман (ChanelIman),
76. Шарлотта Фри,
77. Эбби Ли (AbbeyLee),
78. Элла Кандыба,
79. Элла Петрушко,
80. Эль Макферсон (ElleMacpherson),
81. Эмбер Валлетта (AmberValletta),

#### БЕЛОРУССКИЕ МОДЕЛИ:

82. Евгения Катова,
83. Екатерина Ганаго,
84. Екатерина Доманькова,
85. Ольга Антропова,
86. Ольга Хижинкова,
87. Полина Бородачева,
88. Сабина Лобова,
89. Татьяна Давыденко,

#### МУЖЧИНЫ МОДЕЛИ:

1. АндресВеленкосо,
2. Артур Кульков,
3. АшСтимст,
4. БарунСобти,
5. Батист Джабикони,
6. БойдХолбрук,
7. Вон Бин,
8. ГарреттНефф,
9. ГаспарУльель,
10. ГериКавилл,
11. Даниел Хенни,
12. ДжемиДорнан,
13. Джон Кортахарена,
14. Джош Бич,
15. Джош Дюамель,
16. Дмитрий Лебедев,
17. Дэвид Джеймс Ганди ( DavidJamesGandy),
18. Дэнни Шварц,

19. ИэнСомерхолдер,
20. Ким Сан Бом,
21. Клинт Мауро,
22. КыванчТатльтуг,
23. Лаки Блю Смит,
24. Люк Уорролл,
25. Марк Вандерлоо,
26. Марлон Тейшейра,
27. Матвей Лыков,
28. Ник Бейтмен,
29. Ноа Миллс,
30. Озчивит Бурак,
31. РикДженест,
32. СаймонНессман,
33. ТайлерРигс,
34. Тайсон Баллу,
35. ТайсонБекфорд,
36. Тейлор Фукс,
37. Тони Уорд,
38. Франциско Лачовски,
39. Шон О'Прай,
40. Эдди Клинт,

#### МОДЕЛИ АНДРОГИНЫ

1. Агнесс Дейн,
2. Андрей Пежич,
3. Дафне Кехас,
4. Джейми Бушер,
5. Кармен Каррера,
6. Кристина Салиновец,
7. ЛеаТи,
8. Марсель Кастенмиллер,
9. Саския де Брау,
10. Стелла Теннант,
11. Яна Кнауэрова.

#### Список источников для подготовки:

1. Андреева, Р. П.Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.



2. Варламов, А. Л. Модные сказки от Саши Варламова / А. Л. Варламов. – Минск :Майнио, 2004. – 247 с.
3. Podiumlife: модели, фотографы, кастинги [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.youtube.com/user/newyorkfashionweektv>.– Дата доступа: 19.06.2017.
4. TheFashion-business :теория,практика, феномен / под ред. Н. Уайт и Й.Гриффитса ; [пер. с англ. А. Н. Поплавская ; науч. ред. А. В. Попова]. – Минск :ГревцовПаблицер, 2008. – 263 с.
5. Скляренко, В. М. 100 знаменитых мира моды / Н. И. Скляренко, О. В. Исаенко. – Харьков : Фолио, 2006 – 509 с.
6. Хейнен, Р.Модель: Советы будущим манекенщицам / Р. Хейнен.– М.: ННН, 1997.– 109 с.

#### ***Семинарское занятие 4. Проектирование в международном модельном бизнесе***

##### *Работа модели на показах мировых недель моды (2 часа)*

Подготовить доклад и презентацию о мировой неделе моды по следующему плану:

- a) история возникновения недели моды;
- b) организаторы недели моды;
- c) модельные агентства-участники недели моды;
- d) постоянные партнеры недели моды;
- e) постоянные участники (бренды, модные, дома, модельеры) недели моды;
- f) место проведения;
- g) концепция недели моды;
- h) лучшие показы недели моды;
- i) характеристика работы подиумных моделей.

##### **ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК НЕДЕЛЬ МОДЫ:**

1. Неделя моды в Нью-Йорке осень-зима;
2. Неделя моды в Лондоне сезон осень-зима;
3. Неделя моды в Милане сезон осень-зима;
4. Неделя моды в Париже осень-зима;
5. Неделя мужской моды в Лондоне, Милане, Париже, Нью-Йорке;
6. Неделя свадебной моды в Нью-Йорке;
7. Круизные коллекции (Нью-Йорк);

8. Неделя моды в Нью-Йорке показы женских коллекций сезона весна-лето;
9. Неделя моды в Лондоне весна весна-лето;
10. Неделя моды в Милане весна-лето;
11. Неделя моды в Париже весна-лето;
12. Неделя моды в Москве;
13. Неделя моды в Киеве;
14. Неделя моды в Беларуси(BFW);
15. Неделя моды, демонстрирующая аксессуары;
16. Fashion Revolution Week;
17. Неделя моды в Токио;
18. Неделя моды в Пекине и Шанхае;
19. Неделя моды в Сеуле;
20. Неделя моды в Сингапуре;
21. Неделя моды в Австралии.

Список источников для подготовки:

1. Андреева, Р. П. Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.
2. Варламов, А. Л. Модные сказки от Саши Варламова / А. Л. Варламов. – Минск : Майнио, 2004. – 247 с.
3. Васильева, Э. В. Модный показ как система кодов современной культуры / Э. В. Васильева // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2015. – № 2. – С. 98-105.
4. Зюлковская, Е. А. Мода и модельный бизнес : справочное пособие / Е. А. Зюлковская. – Минск : Равноденствие, 2005. – 54с.
5. Старикова, Ю.А. Индустрия моды : учебное пособие / Ю.А. Старикова. – М. : А-Приор, 2009. – 126 с.
6. Учебник модельного бизнеса [Электронный ресурс] / Models. – Режим доступа: <http://www.models.ua/book>. – Дата доступа: 03.06.2017.
7. FashionChannelLondon [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/LondonFashionWeekTV>. – Дата доступа: 09.06.2017.
8. FashionChannelMilano [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/FashionChannel>. – Дата доступа: 05.06.2017.
9. FashionChannelNewYork [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/newyorkfashionweektv>. – Дата доступа: 05.06.2017.

10. FashionChannelParis [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/parisfashionweektv>.– Дата доступа: 07.06.2017.

***Семинарское занятие4. Проектирование в международном модельном бизнесе***

*Работа профессиональных и непрофессиональных моделей на международных конкурсах красоты (2 часа)*

Подготовить доклад и презентацию о конкурсе красоты по следующему плану:

- a) история возникновения конкурса красоты;
- b) организаторы конкурса красоты;
- c) модельные агентства-участники конкурса красоты;
- d) жюри конкурса красоты;
- e) постоянные партнеры конкурса красоты;
- f) постоянные участники (бренды, модные дома, модельеры) конкурса красоты;
- g) этапы подготовки и работы (предварительный, основной, завершающий);
- h) лучшие показы конкурса красоты;
- i) шоу-программа и ведущие на конкурсе красоты;
- j) информация о конкурсантках;
- k) характеристика работы моделей на конкурсах красоты;
- l) продвижение проекта (ТВ, социальные сети, наружная, печатная реклама; PR-технологии). Время и место трансляции конкурса

**ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК ОСНОВНЫХ КОНКУРСОВ КРАСОТЫ:**

*Конкурсы красоты Высшей Категории:*

- Мисс Мира (с 1951 г.);
- Мисс Вселенная (с 1952 г.);
- Мисс Интернешнл (с 1960 г.);
- Мисс Земля (с 2001 г.) и т.д.

*Конкурсы красоты Первой Категории:*

- Мисс интерконтиненталь (с 1971 г.);
- Top Model of the World (с 1993 г.);
- Маленькая Мисс Планета (с 2006 г.);
- Мисс Супранешнл (с 2009 г.) и т.д.

*Региональные и местные конкурсы красоты:*

- Мисс Европа (с 1928 по 2006 и с 2016 г.);
- Мисс Азия (с 1968 по 2005 и с 2011 г.);

- Самая Красивая Итальянка в Мире (MissItalianeI Mondo) (с 1991 г.);
- Испано-Американская Королева Красоты (с 1991 г.);
- Конкурсы красоты в СССР;
- Всероссийский конкурс Краса России;
- Национальный конкурс красоты в «Мисс Беларуси» и т.д.

*Конкурсы красоты для замужних Дам:*

- Миссис мира (с 1985 г.);
- Миссис Глоуб (с 1996 г.);
- Миссис Вселенная (с 2007 г.);
- Миссис Земля (с 2008 г.) и т.д.

*Конкурсы красоты для детей:*

- «Little Miss & Mister Planet» (Болгария);
- «Little Models of the World» (Греция);
- «Prince & princess of the world» (Болгария);
- «Mini Miss Global Teen Model» (Молдавия);
- «Little Miss nationality» (Бразилия);
- «Mini junior miss & mister EU» (Чехия);
- «Beautiful world» (Финляндия);
- «New Face of the Europe» (Англия) ит. д.

Список источников для подготовки:

1. Андреева, Р. П. Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.
2. Варламов, А. Л. Модные сказки от Саши Варламова / А. Л. Варламов. – Минск : Майнио, 2004. – 247 с.

***Семинарское занятие 5. Современное состояние и тенденции развития модельного бизнеса в Республике Беларусь***

Подготовить доклад и презентацию о модельных агентствах Беларуси по следующему плану:

- a) история создания модельного агентства;
- b) организационная структура модельного агентства;
- c) бизнес-процессы модельного агентства;
- d) функции Департамента внешних (международных) связей модельного агентства;
- e) конкурентные преимущества модельного агентства;
- f) местные и международные проекты модельного агентства;
- g) рекламные и пиар кампании модельного агентства;

- h) лучшие модели модельного агентства и их специализация;
- i) перспективы развития модельного агентства.

#### ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК МОДЕЛЬНЫХ АГЕНТСТВ В БЕЛАРУСИ:

1. «Национальная школа красоты»;
2. Студия моды Сергея Нагорного;
3. Модельное агентство «DolceVita»;
4. Модельное агентство «Тамара»;
5. Центр моды и красоты «Хрустальная нимфа».

#### Список источников для подготовки:

1. Андреева, Р. П. Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.
2. Варламов, А. Л. Модные сказки от Саши Варламова / А. Л. Варламов. – Минск : Майнио, 2004. – 247 с.
3. Зюлковская, Е. А. Мода и модельный бизнес : справочное пособие / Е. А. Зюлковская. – Минск : Равноденствие, 2005. – 54с.
4. Каваленка, А. А. Жыццё ў стылі fashion : мадэльер Галіна Мяшкова / А. А. Каваленка, Т. В. Гаранская // Мастацтва. – 2014. – № 1. – С. 32-35.
5. Korea – Belarus International Conference «Fashion Road : Koreato Belarus» : proceedings / Белорусский государственный университет культуры и искусств. - Минск : [б. и.], 2005. – 168 с.

#### ***Семинарское занятие б. Ведущие дома мод и их влияние на модельный бизнес***

На основе просмотренных видеоматериалов и подготовить доклад о роли дома моды или бренда в формировании и развитии модельного бизнеса по следующему плану:

- a) история создания бренда (дома моды);
- b) анализ показов и шоу бренда (дома моды);
- c) привлечение звезд шоу-бизнеса для популяризации показов мод бренда (дома моды);
- d) значение бренда (дома моды) на формирование и развитие модельного бизнеса;
- e) специализация моделей и их формы работы;
- f) рекламные кампании и PR-технологии бренда.

#### ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОСМОТРА:

1. «Prada и чувства»;
2. «Валентино: Последний Император» («Valentino: TheLastEmperor»), 2008 г., США;
3. «Диор и Я» («Dior& I»), 2014 г., Франция;
4. «Дьявол носит “Prada”», 2006 г., США;
5. «Завтрак у Tiffany»;
6. «Ив Сен Лоран: Сумасшедшая любовь» («L'amourfou»), 2010 г, Франция;
7. «Ив Сен-Лоран» («YvesSaintLaurent»), 2013 г., Франция, Бельгия;
8. «КокоШанель» («Coco avant Chanel»), 2008г.;
9. «Кристиан Диор: человек-легенда» («ChristianDior. TheManbehindthemyth»), 2005 г., Франция
10. «МаркДжейкобсиЛуиВиттон» («Marc Jacobs & Louis Vuitton»), 2007 г., Франция;
11. «На высоких каблуках»;
12. «Секреты Лагерфельда» («LagerfeldConfidential»), 2007, Франция;
13. «Чумовые боты»;
14. Доммоды «MoschinoEdgyStyle»;
15. Дом моды «ZuhairMurad» и т. д.

Список источников для подготовки:

1. Андреева, Р. П.Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.
2. Мода и модельеры / [отв. ред. М. Н.Шинкарук]. – М. : Мир энциклопедий Аванта+ : Астрель, 2012. – 183 с.
3. Старикова, Ю.А. Индустрия моды : учебное пособие / Ю.А.Старикова. – М. : А-Приор, 2009. – 126 с.
4. Ермилова, Д. Ю. История домов моды / Д. Ю. Ермилова.– М.: Academia, 2004. – 287 с.
5. Скляренко, В. М. 100 знаменитых мира моды / Н. И. Скляренко, О. В. Исаенко. – Харьков : Фолио, 2006 – 509 с.
6. Хаматова, В. В. Дизайнеры России, США, Японии и Германии XX века : учебное пособие / В. В. Хаматова, А. Ф. Салахова. – Казань, Издат-во КНИТУ, 2013. – 112 с.

## 3.2 Описание лабораторных работ

### *Лабораторная работа 1. Международные модельные агентства*

Моделирование условий профессиональной деятельности в ходе деловой игры «Участие модели в международном проекте».

Во вступительном слове перед участниками игры ставятся задачи, объявляется ее программа. Далее все участники произвольно делятся на несколько равных групп, которые будут работать по заявленной проблеме. После этого равные по количеству и представительству (функциональному и уровневому) группы, проводят мозговой шторм по одной из проблем. Работа поисковой группы при каждой новой мозговой атаке начинается с выбора лидера по данной проблеме, который должен организовать работу группы, подготовить доклад и в конкурентной борьбе защитить выбранную программу действий. Одновременно с лидером выбирается оппонент, его задача – дать оценку программы смежной группы.

Роли: сотрудники «материнского» модельного агентства и зарубежного модельного агентства.

Программа:

- подбор моделей по заданным параметрам и типажам;
- подготовка визуальных фотоматериалов для презентации моделей;
- согласование необходимых документов;
- составление сметы расходов на подготовку модели к участию в проекте.

По завершению самостоятельной работы поисковая группа защищает свой проект на общей конференции. К докладам обычно предъявляются следующие требования:

1. дать краткий анализ поставленной проблемы.
2. обосновать выработанные предложения.
3. доказать практическую значимость предложений и возможность их реализации.

Деловая игра позволяет найти решение сложных проблем путем применения специальных правил обсуждения, стимулирования творческой активности участников с помощью специальных методов обучения («Мозговой шторм») и координирующей работы лидера группы.

**Лабораторная работа 2. Проектирование в международном  
модельном бизнесе**  
(4 часа)

Разработать и презентовать проект в сфере модельного бизнеса (показ мод на Неделе моды, показ мод определенного бренда, фотосъемка для журнала, каталога или лукбука, коммерческая фото- или видео съемка и т. д.) по следующему плану.

1. Название проекта.
2. Заказчик проекта (целевая аудитория).
3. Исполнители проекта.
4. Описание проекта.
5. Концепция, визуализация проекта.
6. Место реализации проекта (дата).
7. Исполнители и соисполнители проекта.
8. Этапы реализации проекта, календарный план, ответственные лица.
9. Бизнес-процесс проекта.
10. Модели проекта и визуальные материалы, презентующие их.
11. Материально-технические ресурсы проекта.
12. Бюджет проекта.
13. Спонсоры проекта.
14. Маркетинговая стратегия проекта.



## 4.РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

### 4.1 Вариант теста

#### *Тема 1. Основы модельного бизнеса. История профессии «модель»*

1. Выберите правильные ответы. Основные функции модели в модельном бизнесе:
  - a) презентация нового образа аудитории;
  - b) изучение спроса на товар;
  - c) прямая продажа товара потребителям;
  - d) популяризация товаров (одежды, обуви, аксессуаров и т. д.) среди целевой аудитории;
  - e) создание комплекта (лука) из одежды, обуви и аксессуаров.
2. Выберите формы распространения модных новинок в XVII–XIX вв.:
  - a) манекены;
  - b) журналы мод;
  - c) недели мод;
  - d) выставки.
3. Прототипами современных моделей считаются:
  - a) куклы-барби;
  - b) бумажные куклы;
  - c) куклы-пандоры;
  - d) куклы-винкс.
4. В середине XIX в. модельный бизнес реформировал:
  - a) С. П. Дягилев;
  - b) Дж. Версаче;
  - c) Ч. Фр. Уорт;
  - d) Н. Кэмпбел.
5. Высокие модели стали популярны после премьеры фильма «Фотоувеличение» Дж. Антониони (1966 г.), в котором снялась модель – ...
  - a) Твигги;
  - b) Верушка;
  - c) Довима;
  - d) Дориан Ли.
6. В 1970-х гг. в модельном бизнесе появились:
  - a) региональные модели;
  - b) национальные модели;
  - c) этнические модели;
  - d) государственные модели.

7. В СССР показы моды проходили в Общесоюзном Доме моделей ...
- a) на «Живописном мосту»;
  - b) на «Кузнецком мосту»;
  - c) на «Лужнецком мосту»;
  - d) на «Медвецком мосту».
8. Назовите супер-моделей, которые стали известными в 1980-е гг.
9. Феномен «возрастной модели» и «джуниор модели» появился в:
- a) 1910-х гг.;
  - b) 1950-х гг.;
  - c) 1970-х гг.;
  - d) 2000-х гг.
10. Модель в модельном бизнесе – это ...

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

## 4.2 Перечень тем рефератов

1. История развития и современное состояние модельного бизнеса в странах Европы.
2. История развития и современное состояние модельного бизнеса во Французской Республике.
3. История развития и современное состояние модельного бизнеса в Итальянской Республике.
4. История развития и современное состояние модельного бизнеса в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии.
5. История развития и современное состояние модельного бизнеса в Российской Федерации.
6. История развития и современное состояние модельного бизнеса в Республике Беларусь.
7. История развития и современное состояние модельного бизнеса в Соединенных Штатах Америки.
8. История развития и современное состояние модельного бизнеса в странах Азии.
9. История развития и современное состояние модельного бизнеса в Китайской Народной Республике.
10. История развития и современное состояние модельного бизнеса в Японии.
11. История развития и современное состояние модельного бизнеса в Австралийском Союзе.
12. Проектная деятельность в модельном бизнесе на примере «America's Next Top Model» («Топ-модель по-американски»).
13. Проектная деятельность в модельном бизнесе на примере «The Face» («Глянец»).
14. Проектная деятельность в модельном бизнесе на примере «Project Runway» («Проект Подиум»)
15. Проектная деятельность в модельном бизнесе на примере «The Janice Dickinson Modeling Agency» («Модельная школа ведьмы Дженис»).
16. Проектная деятельность в модельном бизнесе на примере «Я-супермодель!» («Make me supermodel»).
17. Проектная деятельность в модельном бизнесе на примере «Самая умная модель» («America's Most Smartest Model»).
18. Проектная деятельность в модельном бизнесе на примере «THE FASHION FUND» («Совет индустрии моды»).

### 4.3 Перечень тем кейсов

1. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Нью-Йорке.
2. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Лондоне.
3. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Милане.
4. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Париже.
5. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Москве.
6. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Киеве.
7. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Минске.
8. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Токио.
9. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Пекине (Шанхае)
10. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Сеуле.
11. Подготовка и участие модели в показе дизайнерской коллекции напоказе Недели моды в Сингапуре (или Австралии).
12. Подготовка и работа модели во время фотосессии для журнала.
13. Подготовка и работа модели во время фотосессии для лукбука.
14. Подготовка и работа модели во время видеосъемок.

#### 4.4 Перечень вопросов к зачету

1. Модель в модельном бизнесе: сущность понятия, функции и виды.
2. Модельный бизнес: сущность, история развития, основные понятия.
3. Исторические и социально-экономические предпосылки развития модельного бизнеса.
4. Формы распространения модных новинок в XVII–XIX вв.
5. История возникновения и предназначение кукл-пандор.
6. Реформа Ч. Ф. Уорта в модельном бизнесе.
7. Развитие модельного бизнеса в странах Европы и США в XX–XXI вв.
8. Развитие модельного бизнеса в СССР.
9. Первые модельные агентства: House of Worth (1858 г.), «Дом моделей Мадам Люсиль» (1890 г.) «Бюро моделей» (1915 г.), Общесоюзный Дом моделей «На Кузнецком мосту» (1944 г.).
10. Современное модельное агентство и особенности его функционирования. «Материнское» модельное агентство (Mother Agency).
11. Организационная структура современного модельного агентства. Должностные обязанности и специализация персонала модельного агентства.
12. Сущность, виды и порядок заключения договоров в модельном бизнесе.
13. Модельный релиз (Model release): содержание, структура и стороны договора. Сотрудничество модели с фотографом на условиях TFP, TFCD.
14. Основные визуальные фотоматериалы модели: общая характеристика, предназначение и отличительные признаки.
15. История развития и направления деятельности современных крупных международных модельных агентств.
16. Требования к параметрам и компетенциям моделей различной специализации в современных международных модельных агентствах.
17. Модели, обладающие нестандартными параметрами: направления работы.
18. Типажи моделей (женщин, мужчин, детей) и их востребованность на внутреннем и внешнем рынке.
19. Основные направления деятельности современных моделей. Специализация современных моделей.
20. Специфика работы high fashion модели, подиумной модели и примерочной модели (fitting model).
21. Особенности параметров и направления работы фотомоделей.
22. Феномен этнической модели в XX–XXI вв.
23. Феномен возрастной модели и джуниор модели (junior modeling) в XXI в.

24. Участие моделей в международных проектах в сфере модельного бизнеса. Специфика работы профессиональной модели

25. Участие моделей в показах Недель мод. Специфика работы профессиональной модели

26. Современное состояние и тенденции развития модельного бизнеса в Республике Беларусь.

27. Участие моделей из Беларуси в международных и белорусских проектах в сфере модельного бизнеса.

28. Неделя моды в Беларуси (BelarusFashionWeek): история создания, цели и задачи проекта, основные направления работы и т. д.

29. Модельные агентства Беларуси: история создания, основные направления деятельности, проекты.

30. «Национальная школа красоты»: история создания, основные направления деятельности и проекты.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

## 4.5 Критерии оценки результатов учебной деятельности студентов

### Зачтено:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы;
- точное использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;
- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку;
- активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

### Незачтено:

- недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными лингвистическими и логическими ошибками;
- слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач;
- неумение ориентироваться в основных теориях и направлениях изучаемой дисциплины;
- пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

## 5. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

### 5.1 Учебно-методическая карта учебной дисциплины для дневной и заочной формы получения высшего образования

#### ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН для студентов 402-х групп дневной формы получения образования, VII семестр

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	практ. занятия	лабор. занятия		
1	Основы модельного бизнеса. История профессии «модель»	2	2		2	тест
2	Международные модельные агентства	2	2	2	2	защита реферата
3	Параметры и компетенции моделей различной специализации в модельном агентстве	2	2			
4	Проектирование в международном модельном бизнесе		4	4	2	презентация кейса
5	Современное состояние и тенденции развития модельного бизнеса в Беларуси	2	2			
6	Ведущие дома мод и их влияние на модельный бизнес		2			
	<b>Всего ...</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	



**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**  
**для студентов 502-х групп для заочной формы получения**  
**образования, IX-X семестр**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		
		лекции	практ. занятия	лабор. занятия
1	Основы модельного бизнеса. История профессии «модель»	2	2	
2	Международные модельные агентства		2	
3	Параметры и компетенции моделей различной специализации в модельном агентстве		2	
4	Проектирование в международном модельном бизнесе		2	2
5	Современное состояние и тенденции развития модельного бизнеса в Беларуси	2		
	<b>Всего ...</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>2</b>

## 5.2 Основная литература

7. Андреева, Р. П. Энциклопедия моды / Р. П. Андреева. – СПб : Литера, 1997. – 409 с.
8. Варламов, А. Л. Модные сказки от Саши Варламова / А. Л. Варламов. – Минск : Майнио, 2004. – 247 с.
9. Варламов, А. Л. Супермодель – профессия мечты / А. Л. Варламов. – Минск : Петит, 1999. – 73 с.
10. Васильева, Э. В. Модный показ как система кодов современной культуры / Э. В. Васильева // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2015. – № 2. – С. 98-105.
11. Гражданский Кодекс Республики Беларусь : 7 дек. 1998 г. № 218-З : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn----7sbakgchdukjdc8auvwj.xn--90ais/>. – Дата доступа: 22.06.2017.
12. Зюлковская, Е. А. Мода и модельный бизнес : справочное пособие / Е. А. Зюлковская. – Минск : Равноденствие, 2005. – 54 с.
13. Мода и модельеры / [отв. ред. М. Н. Шинкарук]. – М. : Мир энциклопедий Аванта+ : Астрель, 2012. – 183 с.
14. Старикова, Ю. А. Индустрия моды : учебное пособие / Ю. А. Старикова. – М. : А-Приор, 2009. – 126 с.
15. Учебник модельного бизнеса [Электронный ресурс] / Models. – Режим доступа: <http://www.models.ua/book>. – Дата доступа: 03.06.2017.
16. Podiumlife: модели, фотографии, кастинги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/newyorkfashionweektv>. – Дата доступа: 19.06.2017.
17. The Fashion-business : теория, практика, феномен / под ред. Н. Уайт и Й. Гриффитса ; [пер. с англ. А. Н. Поплавская ; науч. ред. А. В. Попова]. – Минск : Гревцов Паблицер, 2008. – 263 с.

### 5.3 Дополнительная литература

1. Аброзе, Е. А. Психология моды : культурологический обзор / Е. А. Аброзе. – М., Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 230 с.
2. Азархи, С. В. Модные люди: к истории художественных жестов нашего времени.–СПБ : Изд-во Ивана Лимбаха, 2012.– 373 с.
3. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 1 : Русские красавицы / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2006. – 68 с.
4. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 11 : Русские денди / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – 68 с.
5. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 12 : Звезды сталинской эпохи / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – 68 с.
6. Васильев, А. А. История моды : Выпуск 4 : Звезды мирового немого кино / А. А. Васильев. – М. : Этерна, 2007. – с. 68 с.
7. Васильева, Ж. В. Мода будущего: прогнозирование трендов / Ж. В. Васильева // Вопросы культурологии. – 2011. – № 1. – С. 81-85.
8. Ворт, Ж. Ф. Век моды / Ж. Ф. Ворт ; пер. с англ. А.А. Бряндинская. – М. : Этерна, 2013. – 320 с.
9. Ермилова, Д. Ю. История домов моды / Д. Ю. Ермилова.– М.: Academia, 2004. – 287 с.
10. Закарян, Л. «Уличный модник: модель или автор моды?» / Л. Закарян // Обсерватория культуры. – 2013. – № 5. – С. 46-51.
11. Закарян, Л. Уличная мода: сопротивление модному глобализму или его последствие? / Л. Закарян // Обсерватория культуры. – 2012. – № 5. – С. 34-39.
12. Каваленка, А. А. Жыццё ў стылі fashion : мадэльер Галіна Мяшкова / А. А. Каваленка, Т. В. Гаранская // Мастацтва. – 2014. – № 1. – С. 32-35.
13. Кибалова, Л. Н. Иллюстрированная энциклопедия моды / Л. Н. Кибалова, Ольга Гербенова, Милена Ламарова ; [пер.: И. М. Ильинская, А. А. Лосева]. – Прага : Артия, 1988. – 608 с.
14. Коваленя, Е. Г. Интернет проекты виртуальных выставок в брендинге модных домов / Е. Г. Коваленя // Белорусская национальная культура и личность : сборник материалов XXXVIII Итоговой научной конференции студентов, магистрантов, аспирантов (19 апреля 2013 г.) / Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск, 2013. – С. 376-380.
15. Кокорева, Л. В. Развитие моды в России : монография / Л. В. Кокорева. – Екатеринбург : Архитектон, 2009. – 104 с.

16. Конева, А. В. Нарративы идентичности: модные блоги в пространстве Сети / А. В. Конева // Вопросы культурологии. – 2015. – № 4. – С. 78-82.
17. Которн, Н. История моды в XX веке / Н. Которн ; [пер. с англ. Л. Кныша]. – Москва : Тривиум, 1998. – 173 с.
18. Лыкова, Т. В. Мода за железным занавесом / Т. В. Лыкова // Мир музея. – 2012. – № 3. – С. 4-8.
19. Мода и искусство : [сборник эссе] / [ред. Г. Адам, К. Вики ; пер. с англ. Е. Демидовой и др.]. – М. : Новое литературное обозрение, 2015. – 256 с.
20. Никулина, С. А. Психология массовой коммуникации : учебное пособие / С. А. Никулина. – М. : Директ-Медиа, 2014. – 170 с.
21. Складенко, В. М. 100 знаменитых мира моды / Н. И. Складенко, О. В. Исаенко. – Харьков : Фолио, 2006 – 509 с.
22. Старикова, Ю. А. История и индустрия моды / Ю. А. Старикова. – М. : А-Приор, 2009. – 126 с.
23. Статьи из журнала «Теория моды: одежда, тело, культура».
24. Хаматова, В. В. Дизайнеры России, США, Японии и Германии XX века : учебное пособие / В. В. Хаматова, А. Ф. Салахова. – Казань, Издат-во КНИТУ, 2013. – 112 с.
25. Хейнен, Р. Модель: Советы будущим манекенщицам / Р. Хейнен. – М.: ННН, 1997. – 109 с.
26. Чернодед, А. Б. Мода как объект социокультурного анализа / А. Б. Чернодед // Вопросы культурологии. – 2015. – № 10. – С. 88-93.
27. Korea – Belarus International Conference «Fashion Road : Koreato Belarus» : proceedings / Белорусский государственный университет культуры и искусств. - Минск : [б. и.], 2005. – 168 с.

#### 5.4 Перечень электронных образовательных ресурсов

1. Мода телеканал [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UC26QYDL7W14T6PPRHrApYjg>. – Дата доступа: 02.06.2017.
2. Модельное агентство DNAModelManagement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UC26QYDL7W14T6PPRHrApYjg>. – Дата доступа: 12.06.2017.
3. Модельное агентство EliteModelManagement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elitemodel.com/elite/>. – Дата доступа: 18.06.2017.
4. Национальная школа красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarusmodels.by/>. – Дата доступа: 15.06.2017.
5. FashionChannelLondon [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/LondonFashionWeekTV>. – Дата доступа: 09.06.2017.
6. FashionChannelMilano [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/FashionChannel>. – Дата доступа: 05.06.2017.
7. FashionChannelNewYork [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/newyorkfashionweektv>. – Дата доступа: 05.06.2017.
8. FashionChannelParis [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/parisfashionweektv>. – Дата доступа: 07.06.2017.
9. FashionChannel Video Production [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/FCVideoProduction>. – Дата доступа: 09.06.2017.
10. FashionOneRussia [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/FashionOneRussian>. – Дата доступа: 25.06.2017.
11. FashionTime: Анонсы мероприятий в сфере модельного бизнеса [Электронный ресурс] / FashionTime.ru. – Режим доступа: [http://www.fashiontime.ru/model\\_business/anons/](http://www.fashiontime.ru/model_business/anons/). – Дата доступа: 12.06.2017.
12. FCFairs [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/FashionChannelFairs>. – Дата доступа: 03.06.2017.

13. FCMen [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа:<https://www.youtube.com/user/FashionChannelMen>.– Дата доступа: 15.06.2017.

14. FCRussia [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа:<https://www.youtube.com/user/FashionChannelRussia>.– Дата доступа: 05.06.2017.

15. FCSince 1982 [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа:<https://www.youtube.com/user/FashionChannel1982>.– Дата доступа: 08.06.2017.

16. ShowFashion [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа:<https://www.youtube.com/user/FatalefashionIII>.– Дата доступа: 05.06.2017.

17. WorldFashionChannel [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа:<https://www.youtube.com/user/WFCTVofficial>.– Дата доступа: 07.06.2017.

18. WeddingTVChannel [Электронный ресурс] / youtube.by. – Режим доступа:<https://www.youtube.com/user/WeddingTvChannel>.– Дата доступа: 02.06.2017.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ