

- НИРС ориентируется не только на передачу знаний студентам, но и на развитие их творческих способностей с дальнейшим применением в профессиональной деятельности;
- НИРС способствует выполнению курсовых и выпускных квалификационных работ, обогащая научный опыт в исследуемой тематике;
- система организации НИРС соответствует практическим потребностям современного общества.

Библиографический список

1. *Андреюк Т.П.* Формирование современной интеллигенции. М.: Рост, 1976
2. *Квиткина Л.Г.* Научное творчество студентов. М: Изд-во МГУ, 1982.
3. *Новиков А.М.* Научно-экспериментальная работа в образовательном учреждении. М: Профессиональное образование, 1999.
4. *Перуанский С.С.* О совмещении УИРС и НИРС. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1976
5. *Руткевич М.Н.* Социальная личность студента. М.:Просвет, 1970.С.57
6. Учебный план (ГОС 2000г.) по специальности 030500.04 – профессиональное обучение (дизайн), специализации 030503.04 – художественное проектирование и конструирование швейных изделий. М.: М-во образования РФ, 2000.

А. Болдырева

Конкуренция и дизайн

В настоящее время профессия дизайнера прочно закрепила свои позиции среди самых востребованных и модных специальностей на рынке труда. Все большее количество вузов предлагают подготовку по разным направлениям этой специальности: индустриальному, ландшафтному, графическому дизайну, дизайну интерьера, одежды, прически и др.

Все большее количество людей с высоким достатком нанимают специалистов, чтобы сделать свой дом удобным, красивым и современным. Но предложение, нужно заметить, превышает спрос. Как же найти свою нишу, клиента, остаться «на плаву» в условиях жесткой конкуренции? Этот вопрос стоит перед многими фирмами и организациями, работающими в сфере дизайна.

На наш взгляд, можно выделить несколько путей сохранения конкурентоспособности и поддержания высокого статуса и рейтинга дизайнерской фирмы.

Во-первых, наличие в штате высококлассных специалистов разного профиля: архитекторов, дизайнеров, декораторов, визуализаторов, руководителей проектов, креативного директора, бренд-менеджера, экономистов. Их задача – создавать и поддерживать отличную репутацию фирмы, корпоративный стиль, что является весомым аргументом для привлечения клиентов.

Во-вторых, оказание новой услуги или предложение нового товара на рынке также является эффективным способом привлечения внимания клиентов. Это объясняет появление такого разнообразия услуг, предметов, декора.

Еще одним средством привлечения внимания заказчика является шокирующий дизайн, эпатаж, неординарность. Девиз начинающих дизайнеров – постоянно удивлять и шокировать публику, уйти от стандарта. Например, одним из последних веяний современного дизайна стал «Шоу-рум» – магазин, в котором помимо продажи товаров имеют место представление новых коллекций одежды, выставки и концерты. Необычная форма и материалы мебели, нестандартное применение предметов интерьера, новые материалы в одежде – все это особенности современного дизайна. Все эти новшества используют с одной целью – заинтересовать, привлечь клиента.

Особая роль в дизайнерской деятельности отводится рекламе. Грамотное позиционирование фирмы, ориентация на определенный сегмент потребителя, психологически верно выстроенная реклама – не менее действенный способ обрести свой круг клиентов.

Исследования специалистов поведенческой психологии покупателя позволяют понять, какой продукт действительно необходим и будет продаваться. Нужно быть гибким, четко отслеживать динамику развития рынка, чтобы предугадать уже сегодня то, что будет модным завтра. Но можно однозначно сказать, что главными критериями останутся качество, функциональность и эстетика, а специалист-дизайнер должен обладать такими качествами, как высокий профессионализм, активность, широкая компетенция и эрудированность, умение контактировать с людьми.

М. Вандышева

Модерн хай-тэк

Самым популярным в современном постсоветском интерьере стал модерн. После классицизма и немеркнущего ампира он – самый востребованный стиль среди тех, кто любит роскошь и «богатство». Выделяются три разновидности модерна: модерн как модернизм, модерн как общее понятие «современный» и модерн как собственно стиль