

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Київський національний університет технологій та дизайну

Кафедра моди та стилю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету мистецтв і моди

Наталія ОСТАПЕНКО

« 07 » серпня 2024 року



РОБОЧА ПРОГРАМА

дисципліни Теорія і практика фешн-індустрії

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

Спеціальність 034 Культурологія

Освітньо-професійна програма Візуальне мистецтво та менеджмент культурних проєктів

Факультет мистецтв і моди

Київ 2024 рік

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Струмінська Т.В., зав.кафедри моди та стилю, к.т.н., доцент

Схвалено Вченою радою факультету мистецтв і моди

Протокол від «04» серпня 2024 р. № 1

Декан факультету  Наталія ОСТАПЕНКО

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри моди та стилю

Протокол від «31» листопада 2024 р. № 1

Завідувач кафедри  Тетяна СТРУМІНСЬКА

1 ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика дисципліни	
		денна форма здобуття вищої освіти	Заочна, дистанційна форми здобуття вищої освіти
Кількість кредитів – 3,0	Галузь знань <u>03 Гуманітарні науки</u> Спеціальність <u>034 Культурологія</u> Освітня програма <u>Візуальне мистецтво та менеджмент культурних проєктів</u> Рівень вищої освіти <u>перший (бакалаврський)</u>	обов’язкова	
Змістові модулі – 1		Рік підготовки:	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – _____ немає _____ –		3-й	3-й
		Семестр	
		5-й	5-й
Загальна кількість годин – 90		Лекції	
		12 год.	4 год.
		Практичні, семінарські	
		24 год.	4 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		54 год.	82 год.
		Індивідуальне науково-дослідне завдання -	
		Вид підсумкового контролю: залік (семестр 5)	

2 АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни – ЗК 3 - оволодіння здатністю до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; ЗК 4 - здатністю виявляти, ставити та вирішувати проблеми; ФК 1 - здатністю презентувати результати професійної діяльності в усній та письмовій формі, надавати відповідну аргументацію; ФК 8 - здатністю створювати аналітичні звіти, розробляти рекомендації та генерувати проекти (культурно-мистецькі, художні та дозвіллієві) щодо об'єктів професійної діяльності, використовуючи актуальну нормативну основу.

Результати навчання дисципліни:

знати: основні поняття з теорії та практики фешн-індустрії; етапи розвитку сучасної моди; сегменти та категорії індустрії моди; основи маркетингу та комунікацій у сфері fashion; основи ведення франчайзингу; основи мерчандайзингу в індустрії моди; особливості вітчизняної фешн-індустрії; систематизації та прогнозування модних тенденцій; можливості засобів масової інформації в просуванні модної марки; основні принципи виставкового дизайну;

вміти: ПРН 8 - аналізувати ефективність культурних політик, технологій реалізації культурних ідей у контексті конкретних параметрів їх впровадження; демонструвати системні знання та розуміння з індустрії моди та її компонентів, сучасного стану та динаміки розвитку моди, фешн-маркетингу, брендингу, мерчандайзингу;

здатен продемонструвати: ПРН 11 - розпізнавати та класифікувати різні типи культурних продуктів, визначати їх якісні характеристики на основі комплексного аналізу; об'єктивне оцінювання якості та ефективності власної роботи, роботи власної команди та інших колективів; обізнаність в питаннях теорії та практики фешн-індустрії, її структури та компонентів, етапах розвитку моди та її сучасного стану, вітчизняної fashion-індустрії, fashion-маркетингу, франчайзингу, мерчандайзингу, виставкового дизайну;

володіти навичками: ПРН 16 - обґрунтування, розробки та реалізації культурних подій та проектів з дотриманням законодавства та у відповідності до визначених мети та завдань; аналізу модних торгових марок та модних тенденцій, прогнозування трендів та кон'юнктури ринку, fashion-маркетингу та мерчандайзингу, складання портфоліо;

Зміст дисципліни: Тема 1. Поняття теорії та практики фешн-індустрії. Аналіз основних теорій моди. Тема 2. Базові сегменти фешн-індустрії. Основні рівні фешн-індустрії. Тема 3. Особливості української фешн-індустрії: історія, еволюція, сучасність. Тема 4. Маркетинг в індустрії моди. Маркетингове дослідження. Прогнозування модних тенденцій. Тема 5. Франчайзинг в фешн-індустрії. Тема 6. Засоби масової інформації в фешн-індустрії.

Форма підсумкового контролю: залік (семестр 5).

Засоби діагностики успішності навчання: індивідуальні завдання (презентації, творчі колажі), тести, питання для поточного, модульного та підсумкового контролів.

Мова навчання: українська

3 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Поняття теорії та практики фешн-індустрії. Аналіз основних теорій моди. Авторитарні, мотиваційні, соціально-економічні теорії моди. Теорії ідеологічної причинності моди.

ТЕМА 2. Базові сегменти фешн-індустрії. Основні рівні фешн-індустрії. Основні категорії в fashion-індустрії. Первинний, вторинний, торговий та допоміжний сегменти.

ТЕМА 3. Особливості української фешн-індустрії: історія, еволюція, сучасність. Дизайнери і бренди. Український тиждень моди. Динаміка розвитку моди в Незалежній Україні. Друковані видання, освіта, інституції галузі моди. Ukrainian Fashion Week як платформа формування української моди. Провідні дизайнери – виробники.

ТЕМА 4. Маркетинг в індустрії моди. Маркетингове дослідження. Прогнозування модних тенденцій. Маркетинг - стратегія, цільові покупці, комунікація. Вивчення ринку, зовнішній та внутрішній аналіз, споживач (клієнт), конкуренція, колекція. Побудова бренду в індустрії моди. Створення та просування торгової марки. Визначення мерчандайзингу. Візуальний мерчандайзинг: розміщення обладнання, освітлення магазину, закони зорового сприйняття товару.

ТЕМА 5. Франчайзинг в фешн-індустрії. Види розвитку франчайзингу. Законодавство України з франчайзингу. Основи мерчандайзингу в Fashion-індустрії. Виставковий дизайн. Законодавство України з франчайзингу. Види розвитку франчайзингу. Каталог франшиз в Україні. Основи створення художньо-архітектурного образу учасника виставки. Класифікація та типи схем розташування виставкових стендів. Типи виставкового обладнання. Етапи створення виставкового стенду концепція-дизайн-монтаж. Функціональне зонування виставкового приміщення. Виставковий інформаційний дизайн – технологія художньо-технічного оформлення та розташування інформації в період підготовки та проведення виставкових заходів. Використання виставкового фоторепортажу для просування товарів та послуг. Етапи створення рекламного відеоролика, присвяченого виставковому заходу. Інтерактивна відео-презентація. Етапи створення електронного каталогу.

ТЕМА 6. Засоби масової інформації в фешн-індустрії. Особливості роботи з засобами масової інформації в Fashion-індустрії. Правила написання прес-релізу для показів дизайнерів. Рекомендації прес-служби UFW. Складання портфоліо. Брендинг. Методи просування компанії на ринку. Рекламна компанія. Засоби масової інформації у Fashion-індустрії. Модний показ: етапи підготовки колекції; взаємодія з представниками різних галузей індустрії моди.

4 СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів (розділів) і тем	Кількість годин													
	Денна форма							Заочна, дистанційна форми						
	усь ого	у тому числі:						усь го	у тому числі:					
		л	пр	лаб	сем	інд	СРС		л	пр	лаб	сем	інд	СРС
ТЕМА 1. Поняття теорії та практики фешн-індустрії. Аналіз основних теорій моди..	20	2	2	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	10
ТЕМА 2. Базові сегменти фешн-індустрії. Основні рівні фешн-індустрії.	28	2	4	-	-	-	6	-	2	2	-	-	-	10
ТЕМА 3. Особливості української фешн-індустрії: історія, еволюція, сучасність.	28	2	4	-	-	-	8	-	-	-	-	-	-	16
ТЕМА 4. Маркетинг в індустрії моди. Маркетингове дослідження. Прогнозування модних тенденцій.	34	2	4	-	-	-	10	-	2	-	-	-	-	14
ТЕМА 5. Франчайзинг в фешн-індустрії.	34	2	4	-	-	-	10	-	-	2	-	-	-	14
ТЕМА 6. Засоби масової інформації в фешн-індустрії.	36	2	6	-	-	-	18	-	-	-	-	-	-	18
Всього годин за дисципліною	90	12	24	-	-	-	54	90	4	4	-	-	-	82

5 ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

№ теми	Назва теми практичного заняття	Кількість годин	
		денна форма	заочна, дистанційна форма
1.	Поняття теорії та практики фешн-індустрії. Аналіз основних теорій моди..	2	-
2.	Базові сегменти фешн-індустрії. Основні рівні фешн-індустрії.	4	2
3.	Особливості української фешн-індустрії: історія, еволюція, сучасність.	4	-
4.	Маркетинг в індустрії моди. Маркетингове дослідження. Прогнозування модних тенденцій.	4	-
5.	Франчайзинг в фешн-індустрії.	4	2
6.	Засоби масової інформації в фешн-індустрії.	6	-
Всього		24	4

6 САМОСТІЙНА РОБОТА

№ теми	Види робіт	Кількість годин	
		денна форма	заочна, дистанційна форма
1.	Поняття теорії та практики фешн-індустрії. Аналіз основних теорій моди..	2	10
2.	Базові сегменти фешн-індустрії. Основні рівні фешн-індустрії.	6	10
3.	Особливості української фешн-індустрії: історія, еволюція, сучасність.	8	16
4.	Маркетинг в індустрії моди. Маркетингове дослідження. Прогнозування модних тенденцій.	10	14
5.	Франчайзинг в фешн-індустрії.	10	14
6.	Засоби масової інформації в фешн-індустрії.	18	18
Всього		54	82

7 РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Поточне оцінювання та самостійна робота							МК (тестовий)	Сума
T1	T2	T3	ПК (тестовий)	T4	T5	T6		
10	20	10	10	10	10	20	10	100

Характеристика розподілу балів з дисципліни

[illegible]

Критерії оцінювання виконання і захисту практичних робіт

Оцінювання виконання і захисту практичних робіт дисципліни відбувається у балах, максимум 10 балів за тему.

Бали	Критерії оцінювання виконання і захисту практичних робіт
9-10	оцінюється практична робота здобувача вищої освіти, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом; вільно, самостійно та аргументовано його викладає; глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичного матеріалу та практичних завдань; вільно користується спеціальною науковою термінологією, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки; демонструє високий рівень виконання практичних навичок.
6-8	оцінюється практична робота здобувача вищої освіти, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, користується спеціальною науковою термінологією. Але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.
3-5	оцінюється практична робота здобувача вищої освіти, який відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень. Не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускає істотні неточності та помилки, володіє лише обов'язковим мінімум методів дослідження.
1-2	оцінюється практична робота здобувача вищої освіти, який не володіє навчальним матеріалом у достатньому обсязі, проте фрагментарно, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань, а в окремих випадках – не розуміє матеріалу поточної теми. Під час відповіді і демонстрації практичних навичок робить значні, грубі помилки.

Критерії оцінювання індивідуального завдання (презентація, творчий колаж)

Оцінювання здійснюється за 5-бальною шкалою.

Кількість балів	Критерії оцінювання при виконанні презентації індивідуального завдання (презентація, творчий колаж)
5	оцінюється презентація, творчий колаж здобувача вищої освіти, якщо він ретельно виконує всі завдання роботи, демонструє глибокі, узагальнені знання і розуміння вивченого матеріалу.
4	оцінюється презентація, творчий колаж здобувача вищої освіти, якщо він недостатньо послідовно, аргументовано і повно виконує завдання роботи.
3	оцінюється презентація, творчий колаж здобувача вищої освіти, якщо він недостатньо повно, логічно, обґрунтовано із деякими неточностями відтворює навчальний матеріал.
2	оцінюється презентація, творчий колаж здобувача вищої освіти, якщо він недостатньо аргументовано, послідовно і з неточностями виконує завдання роботи, має недостатні знання і засвоєння вивченого матеріалу.
1	оцінюється презентація, творчий колаж здобувача вищої освіти, якщо він не у повному обсязі виконує завдання роботи і з грубими помилками, відсутні висновки, а в окремих аспектах – неправильно.
0	оцінюється презентація, творчий колаж здобувача вищої освіти, якщо він не виконує завдання роботи.

Критерії оцінювання поточного та модульного контролю

На поточний та модульний контроль відводяться 10 запитань (10 балів), кожне запитання оцінюється по 1 балу. Кількість наданих здобувачем вищої освіти правильних відповідей на запитання і формують його загальну оцінку по поточному та модульному контролю. Результати поточного та модульного контролю додаються до підсумкової оцінки з дисципліни.

8. ВІДПОВІДНІСТЬ ШКАЛ ОЦІНОК ЯКОСТІ ЗАСВОЄННЯ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ

Оцінка за національною шкалою для заліку	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	Пояснення
Відмінно/ зараховано	90-100	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
Добре/ зараховано	82-89	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
	74-81	C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
Задовільно/ зараховано	64-73	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
	60-63	E	Достатньо (виконання відповідає мінімальним критеріям)
Незадовільно/ незараховано	35-59	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	0-34	F	Незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

Політика курсу:

- Обов'язкове дотримання академічної доброчесності студентами, а саме:
 - самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
 - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
 - дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
 - надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.
- Допускається визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих у неформальній освіті відповідно до «Положення про порядок визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти та визначення академічної різниці у КНУТД».
- Для отримання позитивної оцінки з дисципліни необхідно отримати мінімальну кількість балів за кожну практичну роботу і модульний контроль.
- Перенесення терміну здачі робіт:
 - з поважних причин – можливе без зниження максимального балу за роботи за умови завчасного повідомлення про причину затримки та строки перенесення здачі роботи викладача особисто або через старосту групи;
 - без поважних причин – можливе зі зниженням максимального балу за роботи та оцінка за екзамен з дисципліни не може бути вище «задовільно».
- При виявленні плагіату робота підлягає переробці зі зниженням максимального балу.
- Пропущені заняття підлягають відпрацюванню згідно з погодженим з викладачем індивідуальним графіком у разі недостатньої кількості балів для отримання мінімальної позитивної оцінки з дисципліни.

9 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Battaglia G. «Gio-Graphy: Fun in the Wild World of Fashion», Publisher Rizzoli International Publications, 2017. - 224 p.
2. Color as a means of harmonizing the composition of the printed edition / Т. Struminska, N. V. Chuprina, V. Kutasevych, D. Prokhorenko // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 22 квітня 2021 року. – В 2-х т. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2021. – С. 14-17.
3. Chouprina N. V. Characteristics of “fast fashion” concept in fashion industry / N. V. Chouprina // Vlákna a textil (Fibres and Textiles). – 2014. – № 1, Ročník 21, Marec. – P. 31-36.
4. Ebster C., Garaus M. Store Design and Visual Merchandising. 2 edition. Business Expert Press. 2019. 234 p.
5. Fashion design in a multicultural space : monograph to the 90th anniversary of Kyiv National University of Technologies and Design. A series of monographs of the Faculty of Design / M. V. Kolosnichenko, K. L. Pashkevich, T. F. Krotova et al. – Published by Academic Society of Michal Baludansky, Košice, Slovakia, 2020.
6. Formation of Fashion System in the XX – the Beginning of the XXI Century. Chuprina N.V., Krotova T.F., Pashkevich K.L., Kara-Vasylieva T.V., Kolosnichenko M.V. Vlákna a textil. 2020. 4(28). P.48-57.
7. Fudimova E. The Concepts of Historical Costume Reenactment / E. Fudimova // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. 1079 (04). 042097. – 2021. – DOI: 10.1088/1757-899X/1079/4/042097.
8. Gajewska, P., Piskrzyńska, K. Wpływ visual merchandisingu na decyzje zakupowe klientów ZN WSH Zarządzanie. Bielsko- Biała. 2016. № 4. С. 18.
9. Mrad M., Majdalani J., Cui C. C., El Khansa Z. Brand addiction in the contexts of luxury and fast-fashion brands. Journal of Retailing and Consumer Services. 2020. № 55. p. 102089.
10. Pegler, M. Visual Merchandising and Display. Fairchild Books, New York. 6th Ed. 2011. 432 p.
11. Rothstein N. «400 years of fashion», Publisher: V&A, 2010 год. - 180 с.
12. The Metropolitan Museum of Art [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.metmuseum.org>
13. Ukrainian Fashion Week [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fashionweek.ua/>
14. Visual Merchandising / Swati B., Anuraag S. - Tata McGraw-Hill Education, 2010 - 264 p.
15. Брендинг на українському ринку модного одягу. І. Фролов, Т. Ременєва, М. Яковлев та ін. Актуальні проблеми сучасного дизайну. – 2021. – С. 361–364.
16. Вплив кольору товару на психологічне сприйняття споживачів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/101.pdf>
17. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія / [М. В. Колосніченко, Є. П. Гула, К. Л. Пашкевич, Т. Ф. Кротова, М. І. Яковлев, О. В. Колосніченко, О. В. Колісник, Н. В. Остапенко, Н. В. Чупріна, О. В. Єжова, Н. В. Скляренко, А. І. Рубанка, І. О. Приходько-Кононенко, . Т. В. Струмінська, Т. В. Луцкер, Г. В. Омельченко, Є. О. Головачанська, О. Д. Герасименко, О. С. Гальчинська, Г. М. Олійник]. - Київ : КНУТД, 2022. - 226 с.
18. Дизайн одягу в полікультурному просторі: монографія; під наук. ред. Колосніченко М.В., Пашкевич К.Л., Кротова Т.Ф.; Київський національний університет технологій та дизайну. Київ: КНУТД, 2020. 268 с.
19. Звиняцьківська З. In progress. Fashion of Ukraine since 1991. / Зоя Звиняцьківська. – Kyiv: ArtHuss, 2019. – 336 с.
20. Колосніченко М.В. Мода і одяг. Основи проектування та виготовлення одягу. навчальний. посібник / М.В. Колосніченко, К.Л. Пашкевич – К.: КНУТД, 2018. – 238 с.
21. Кузнецова Н. В., Нечипорук М.В. Естетика товарів і дизайн: навч. посіб. Харків: ХАІ, 2011. 122 с.

22. Куцан О. Концептуальні засади дослідження фешн-брендингу. Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції / Факультет міжнародних відносин Національний авіаційний університет; за загальною редакцією Ю. О. Волошина – Київ: НАУ, 2020. – С. 107-119.
23. Лосєва М. Теорія моди. Концепції та практики / Марина Лосєва., 2021. – 176 с.
24. Малинська А.М. Розробка колекцій одягу. А.М. Малинська, К.Л. Пашкевич, М.Р. Смирнова, О.В. Колосніченко. – К.: ПП «НВЦ «ПРОФІ», 2014. – 139 с.
25. Ніколаєва Т. В. Художньо-композиційні особливості використання елементів стилю вінтаж в дизайні сучасного одягу / Т.В. Ніколеєва, І. Л. Гайова, І. В. Давиденко // Art and Design: Мистецтвознавство. Технічні науки. – 2019. – № 1. – С. 127–139. – DOI: 10.30857/2617-0272.2019.11.
26. Офіційний сайт Vogue UA [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://vogue.ua/ua/>
27. Психологія кольору в рекламі. URL : <https://leosvit.com/art/psychologiya-koloru-v-reklamі>
28. Психологія кольору. Фактори наступності кольору упаковки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://koloro.com.ua/blog/dizajn/vliyanie-cveta-upakovki-na-potrebitelya.html>
29. Розумей С.Б., Долюк А.В., Семененко К.Ю. Візуальний мерчандайзинг (вітриністика) як засіб просування товару. Бізнес-навігатор. 2018. № 2–2. С. 47–51.
30. Саленбахер Ю. «Особистий креативний брендинг», Фабула, 2019. – 240 с.
31. Середницька Л.П., Гудима Н.В. Мерчандайзинг як інструмент впливу на покупця. Молодий вчений. 2017. № 10 (50). С. 1045–1048.
32. Сідлецький І. Особливості рекламної стратегії у просуванні fashion бренду. І. Сідлецький, Т. Кротова, Н. Паранько. II Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості». – 2021. – С. 214–218.
33. Соломя'нюк Н.М., Гуменна М.В. Візуальний мерчандайзинг як інструмент управління роздрібним продажем. Формування ринкових відносин в Україні. 2018. № 12. С. 56–64
34. Філіп Котлер, Гермаван Катарджая, Їван Сетьяван, Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ: Видавнича група КМ-БУКС, 2019, 224 с.
35. Фролов І. В., Гарбуза Ю. О., Пашкевич К. Л., Колосніченко М. В. Дослідження факторів формування успішного бренду модного одягу на прикладі бренду FROLOV. Легка промисловість. №4, 2016. С. 19-26.
36. Фролов І. Розробка бренду модного одягу в умовах сучасної української фешн-індустрії / І. Фролов, М. Колосніченко // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (20 квітня 2018 р., м. Київ) : у 2-х т. – Київ: КНУТД, 2018. – Т. 2. – С. 316-318.
37. Чупріна Н. В. Система моди XX - початку XXI століття: проектні практики та чинники функціонування (європейський та український контексти): монографія. Київ : КНУТД, 2019. 475 с.
38. Чупріна Н. В., Струмінська Т.В. Сучасні технології дизайн-діяльності: навч. посібник. Київ : КНУТД, 2017. 415 с.
39. Чупріна Н.В. Сегментація суб'єктів індустрії моди як учасників модного процесу. Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. – 2015. – №2. – С. 73 – 80.
40. Чупріна Н.В., Колосніченко М.В. Еклектизм як основа проектних практик у сучасній системі моди. Дизайн одягу в полікультурному просторі: монографія / М.В. Колосніченко, К.Л. Пашкевич, Т.Ф. Кротова та ін. Київ : КНУТД, 2020. С. 88-105.