FIŞA DISCIPLINEI

Anul universitar 2026-2027

Anul de studiu 3 / Semestrul 1

Legendă:
-scris cu negru - formatul standard al fișei disciplinei
-scris cu albastru - sugestii operaționale pentru elaborarea fișei.

1. Date despre program

1.1 Instituţia de învăţământ superior	**UNIVERSITATEA „AUREL VLAICU” DIN ARAD**
1.2 Facultatea	**de Design**
1.3 Departamentul	**Departamentul de Design, Comunicare Vizuală și Arte Aplicate**
1.4 Domeniul de studii	**Arte Vizuale**
1.5 Anul universitar	**2026-2027**
1.6 Ciclul de studii	**Licenţă**
1.7 Programul de studii/calificari COR/grupă de bază ESCO *	**Modă - design vestimentar**
1.8 Codul COR	
1.9 Forma de învățământ	**Învăţământ cu frecvenţă (IF)**

** conform Planului de învățământ*

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	**Design vestimentar**				2.2 Cod disciplină	**AlBS5O06**	
2.3. Titularul activităţii de curs			**Dr. Ionescu Lacrimioara Simona**				
2.4 Titularul activităţii de seminar/laborator			**Dr. Ionescu Lacrimioara Simona**				
2.5 Anul de studiu	**3**	2.6 Semestrul	**1**	2.7 Tipul de evaluare (E/C/VP)	**EC**	2.8 Regimul disciplinei (**O** - obligatorie, **Op** - opţională, **F** - facultativă)	**Ob**

3. Timpul total estimat

3.1 Număr ore pe săptamână	**5**	din care: 3.2 curs	**3**	3.3 seminar/laborator	**2**
3.4 Total ore din planul de învăţământ	**70**	din care: 3.5 curs	**42**	3.6 seminar/laborator	**28**

Distribuţia fondului de timp	**ore**
a. Studiul după manual, suport de curs, bibliografie şi notiţe	**1**
b. Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren	**1**
c. Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii şi eseuri	**1**
d. Consultații	**0**
e. Examinări	**2**
f. Alte activităţi universitare (vizite de studiu, consultații proiecte, etc.) …….	**0**

3.7 Total ore studiu individual (a+b+c+d)	**3**
3.8 Total ore activități universitare (e+f+3.4)	**72**
3.9 Total ore pe semestru (3.7+3.8)	**75**
3.10 Numărul de credite **	**3**

** 1 credit = 25 ore*
*** Se recomandă ca 3.7 să fie mai mare sau egal cu 3.8*

4. Precondiţii (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	-
4.2 de competenţe	-

5. Condiţii (acolo unde este cazul)

5.1 de desfăşurare a cursului	• Sală de curs sau atelier de specialitate, dotat cu mobilier adecvat, calculator, videoproiector, tablă interactivă, sistem de sonorizare și acces la internet. • Acces la bibliografie academică, monografii ale designerilor, studii de piață, cataloage de colecții, reviste de specialitate și resurse digitale pentru cercetarea brandurilor vestimentare și a tendințelor contemporane. • Disponibilitatea unor studii de caz privind identitatea brandurilor, poziționarea pe piață, definirea publicului-țintă și dezvoltarea colecțiilor prêt-à-porter, capsulă, haute couture și streetwear. • Acces la exemple de documentații profesionale, fișe tehnice, mostre de materiale, prototipuri, lookbookuri și campanii de comunicare pentru analiza procesului de dezvoltare a produselor vestimentare. • Resurse vizuale și multimedia pentru analiza direcției artistice, a stylingului, fotografiei de modă, identității vizuale și strategiilor de prezentare și promovare a colecțiilor.
5.2 de desfășurare a seminarului	-

5.3 de desfășurare a laboratorului	• Atelier de specialitate dotat cu mobilier adecvat, planșete, mese de lucru, suprafețe de expunere, manechine și echipamente pentru studiul formelor, materialelor și soluțiilor constructive vestimentare. • Acces la materiale grafice și textile, instrumente de desen și modelare, mostre, accesorii și echipamente pentru experimentarea volumelor, detaliilor, finisajelor și realizarea prototipurilor. • Disponibilitatea unor resurse de documentare privind brandurile vestimentare, tendințele de piață, tipologiile de colecții, materialele textile și tehnicile de realizare a produselor. • Acces la aplicații digitale și instrumente de prelucrare a imaginilor pentru realizarea moodboardurilor, schițelor, fișelor tehnice, planșelor de colecție și materialelor de comunicare vizuală. • Posibilitatea realizării și documentării fotografice a experimentelor, probelor și prototipurilor, precum și a dezvoltării propunerilor de styling și lookbook. • Condiții pentru desfășurarea corecturilor individuale și colective, prezentarea etapelor de proiectare și evaluarea progresivă a colecțiilor vestimentare. • Posibilitatea organizării și prezentării unui portofoliu profesional care să cuprindă cercetarea, identitatea creativă, dezvoltarea colecțiilor, documentația tehnică și propunerile vestimentare finale.
5.4 de desfășurare a proiectului	-

6. Competenţe specifice acumulate

6.1 Competenţe profesionale	C1. Definirea și dezvoltarea identității creative a unui brand vestimentar, prin stabilirea valorilor, publicului-țintă, poziționării și codurilor estetice distinctive. C2. Cercetarea și interpretarea tendințelor, a referințelor artistice și culturale și a cerințelor pieței pentru fundamentarea conceptelor vestimentare. C3. Proiectarea unor colecții prêt-à-porter, capsulă, haute couture și streetwear, adaptate particularităților estetice, funcționale și comerciale ale fiecărei tipologii. C4. Dezvoltarea unei colecții vestimentare coerente prin experimentarea siluetelor, volumelor, materialelor, cromaticii și detaliilor distinctive. C5. Aplicarea principiilor de direcție artistică, styling, fotografie de modă și design editorial în comunicarea identității unei colecții vestimentare. C6. Elaborarea documentației de proiectare, incluzând schițe artistice și tehnice, fișe de produs, selecția materialelor și propuneri de prototipare. C7. Utilizarea instrumentelor grafice și digitale pentru dezvoltarea, organizarea și prezentarea profesională a conceptelor și colecțiilor vestimentare. C8. Conceperea și prezentarea unei colecții de autor de 6–8 ținute, cu identitate creativă distinctă, coerență stilistică și argumentare conceptuală și profesională.

6.2 Competenţe transversale	CT1. Planificarea și gestionarea autonomă a etapelor de cercetare, proiectare și dezvoltare a colecțiilor vestimentare, prin organizarea eficientă a timpului, resurselor și activităților. CT2. Asumarea unei identități creative și profesionale proprii, prin formularea și argumentarea independentă a deciziilor estetice, funcționale și comerciale. CT3. Evaluarea critică a conceptelor și produselor vestimentare, adaptarea soluțiilor de design și integrarea constructivă a feedbackului în procesul de dezvoltare a colecțiilor. CT4. Comunicarea profesională a conceptelor și colecțiilor vestimentare prin mijloace vizuale, grafice și verbale, adaptate publicului-țintă, colaboratorilor și contextului de piață. CT5. Manifestarea unei conduite etice și responsabile în practica designului vestimentar, prin colaborare, respectarea proprietății intelectuale, utilizarea conștientă a resurselor și dezvoltare profesională continuă.

7. Obiectivele disciplinei (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Dezvoltarea competențelor de cercetare, conceptualizare și proiectare vestimentară prin definirea unei identități creative și profesionale proprii, elaborarea unor colecții adaptate diferitelor segmente de piață și integrarea principiilor de direcție artistică, documentare tehnică și comunicare vizuală în realizarea și prezentarea unei colecții vestimentare de autor.
7.2 Obiectivele specifice	O1. Identificarea și definirea identității unui brand vestimentar prin stabilirea valorilor, publicului-țintă, poziționării pe piață și direcției estetice. O2. Aprofundarea metodelor de cercetare și analiză a tendințelor, referințelor artistice și culturale și a particularităților pieței vestimentare. O3. Dezvoltarea capacității de proiectare a colecțiilor prêt-à-porter, capsulă, haute couture și streetwear, prin adaptarea conceptului la cerințele estetice, funcționale și comerciale. O4. Experimentarea siluetelor, volumelor, materialelor, cromaticii și detaliilor vestimentare pentru dezvoltarea unor colecții coerente și distinctive. O5. Aplicarea principiilor de direcție artistică, styling, fotografie de modă și design editorial în comunicarea vizuală a colecțiilor. O6. Dezvoltarea competențelor de elaborare a documentației de proiectare, prin realizarea schițelor artistice și tehnice, fișelor de produs și propunerilor de prototipare. O7. Utilizarea instrumentelor grafice și digitale pentru organizarea, prezentarea și promovarea profesională a conceptelor și colecțiilor vestimentare. O8. Conceperea și prezentarea unei colecții de autor de 6–8 ținute, caracterizată prin identitate creativă proprie, coerență stilistică și argumentare conceptuală.

8. Conţinuturi *

8.1 Curs	**Metode de predare**	**Observaţii**

I. ADN-UL UNUI BRAND VESTIMENTAR – IDENTITATE, VALORI, PUBLIC ȘI DIRECȚIE ESTETICĂ 1. Identitatea brandului vestimentar – Valori, misiune și poziționare. Definirea conceptului de brand în designul vestimentar. Identificarea valorilor, misiunii, viziunii și elementelor distinctive. Relația dintre identitatea creativă a designerului, publicul-țintă și poziționarea pe piață. Analiza comparativă a unor branduri vestimentare contemporane. 2. ADN-ul estetic al brandului – Limbaj vizual și coduri distinctive. Construirea unei identități stilistice prin siluetă, proporții, cromatică, materialitate și detalii recurente. Coerența dintre conceptul creativ și expresia vizuală a produselor. Identificarea elementelor de recunoaștere și diferențiere a unui brand vestimentar. II. COLECȚIE PRÊT-À-PORTER CONTEMPORANĂ – DESIGN PENTRU PRODUCȚIE ȘI UTILIZARE COTIDIANĂ 3. Prêt-à-porter – Relația dintre creație, funcționalitate și piață. Caracteristicile colecțiilor ready-to-wear și diferențierea acestora față de haute couture. Categorii de produse, public-țintă, sezonalitate și contexte de utilizare. Relația dintre identitatea brandului, tendințele contemporane și cerințele comerciale. 4. Dezvoltarea colecției prêt-à-porter – Coerență și fezabilitate. Structurarea unei colecții prin selecția produselor, stabilirea siluetelor și definirea direcției cromatice și materiale. Relația dintre design, posibilitățile constructive și producția repetabilă. Diversitatea produselor și unitatea stilistică a colecției. III. COLECȚIE CAPSULĂ – COERENȚĂ, VERSATILITATE ȘI GARDEROBĂ LIMITATĂ 5. Colecția capsulă – Principii de selecție și combinare vestimentară. Definirea garderobei capsulă și a principiilor de versatilitate, complementaritate și utilizare multiplă. Stabilirea unui număr limitat de produse, construirea relațiilor dintre piese și dezvoltarea combinațiilor vestimentare. Rolul cromaticii, proporțiilor și materialelor în obținerea coerenței ansamblului. IV. HAUTE COUTURE – REINTERPRETAREA ELEGANȚEI 6. Haute couture – Creație vestimentară, exclusivitate și expresie artistică. Caracteristicile creației haute couture și diferențierea față de prêt-à-porter. Relația dintre tradiție, inovație, măiestrie artizanală și identitate artistică. Analiza siluetelor elaborate, a volumelor sculpturale și a expresivității materialelor. 7. Materiale, tehnici și detalii distinctive în creația couture. Studiul materialelor prețioase, al broderiilor, aplicațiilor, manipulărilor textile și finisajelor elaborate. Relația dintre construcția vestimentară, ornamentație și expresivitatea artistică. Reinterpretarea	1. Prelegerea interactivă și explicația, prin prezentarea principiilor de dezvoltare a brandurilor, colecțiilor vestimentare și produselor de modă. 2. Studiul de caz și analiza comparativă a brandurilor, designerilor și colecțiilor reprezentative pentru diferite segmente de piață. 3. Expunerea ilustrată, utilizând imagini de colecție, lookbookuri, campanii de modă, documentații tehnice și exemple de produse vestimentare. 4. Analiza tendințelor și a contextelor culturale, prin cercetarea relației dintre identitatea brandului, publicul-țintă și direcția creativă. 5. Demonstrația explicativă a etapelor de dezvoltare a unei colecții, de la concept și documentare până la selecția produselor și elaborarea fișelor tehnice. 6. Analiza materialelor, detaliilor și	1. Conținuturile teoretice sunt corelate cu activitățile practice și susțin dezvoltarea progresivă a competențelor de proiectare și comunicare vestimentară. 2. Materialele didactice includ monografii ale designerilor, studii de caz, analize de brand, colecții vestimentare, cataloage, lookbookuri și documentații tehnice. 3. Se urmărește diferențierea dintre principalele tipologii de colecții în raport cu publicul, funcționalitatea, materialele, metodele de realizare și poziționarea pe piață. 4. Analiza colecțiilor prêt-à-porter pune accent pe relația dintre expresia creativă, utilizarea cotidiană și fezabilitatea producerii articolelor vestimentare. 5. Studiul colecțiilor capsulă evidențiază versatilitatea, complementaritatea produselor și eficiența organizării garderobei. 6. Conținuturile dedicate haute couture urmăresc înțelegerea tehnicilor artizanale, a experimentării materiale și a expresivității artistice. 7. Studiul streetwear-ului include analiza subculturilor și comunităților, precum și relația dintre identitatea vestimentară și comunicarea vizuală. 8. Sunt prezentate exemple de documentații profesionale pentru înțelegerea relației dintre proiectare, realizare și verificarea produselor. 9. Se acordă atenție originalității creației, respectării proprietății intelectuale și utilizării responsabile a materialelor și resurselor. 10. Tema finală a cursului integrează cunoștințele dobândite în dezvoltarea unei colecții de autor de 6–8 ținute, cu identitate creativă personală și prezentare profesională. Surse video recomandate: The Business of Fashion – Designer Interviews and Creative Processes https://www.youtube.com/user/BusinessofFashion/videos Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Phoebe English https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-phoebe-english Christian Dior – Haute Couture Embroidery Savoir-Faire https://www.youtube.com/watch?v=qE5alpJ-bVo Christian Dior – Haute Couture Tailoring Savoir-Faire https://www.youtube.com/watch?v=p0RSnskKq_M Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Inspired by Balenciaga https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-inspired-by-balenciaga Vogue – Behind the Scenes of Vogue World: Paris 2024 https://www.vogue.com/article/vogue-world-paris-2024-behind-the-scenes-video Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Francesco Colucci https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-francesco-colucci Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Inspired by Christian Dior https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-inspired-by-christian-dior Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Fredrik Tjærandsen https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-fredrik-tj%C3%A6randsen

8.2 Bibliografie

1. Hameide, K. K. (2011). Fashion Branding Unraveled. New York: Fairchild Books.
2. Posner, H. (2015). Marketing Fashion: Strategy, Branding and Promotion (2nd ed.). London: Laurence King Publishing.
3. Hancock II, J. H., Gill, P., Petrizzi, R., & Rath, P. M. (2025). Marketing Fashion: A Cross-Cultural Perspective (2nd ed.). New York: Fairchild Books / Bloomsbury Publishing.
4. Jackson, T., & Shaw, D. (2000). Mastering Fashion Buying and Merchandising Management. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
5. Hopkins, J. (2022). Fashion Design: The Complete Guide (2nd ed.). London: Bloomsbury Visual Arts.
6. Mbonu, E. (2014). Fashion Design Research. London: Laurence King Publishing.
7. Sorger, R., & Udale, J. (2017). The Fundamentals of Fashion Design (3rd ed.). London: Bloomsbury Visual Arts.
8. Renfrew, E., & Renfrew, C. (2009). Developing a Collection. Lausanne: AVA Publishing.
9. Faerm, S. (2010). Fashion Design Course: Principles, Practice, and Techniques. London: Thames & Hudson.
10. Wilcox, C. (ed.). (2007). The Golden Age of Couture: Paris and London 1947–1957. London: V&A Publications.
11. Palmer, A. (2009). Dior: A New Look, A New Enterprise (1947–57). London: V&A Publishing.
12. Bolton, A. (2011). Alexander McQueen: Savage Beauty. New York: The Metropolitan Museum of Art / Yale University Press.
13. Fogg, M. (ed.). (2020). Fashion: The Whole Story (revised ed.). London: Thames & Hudson.
14. Polhemus, T. (1994). Streetstyle: From Sidewalk to Catwalk. London: Thames & Hudson.
15. Muggleton, D. (2000). Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style. Oxford: Berg.
16. Hebdige, D. (1979). Subculture: The Meaning of Style. London: Methuen.
17. McAssey, J., Buckley, C., & Benson, S. (2022). Fashion Styling (2nd ed.). London: Bloomsbury Visual Arts.
18. Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). Graphic Design: The New Basics (2nd ed.). New York: Princeton Architectural Press.
19. Lupton, E. (2017). Design Is Storytelling. New York: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
20. Hall-Duncan, N. (1979). The History of Fashion Photography. New York: Alpine Book Company.
21. Aldrich, W. (2015). Metric Pattern Cutting for Women's Wear (6th ed.). Chichester: Wiley-Blackwell.
22. Baugh, G. (2011). The Fashion Designer's Textile Directory: A Guide to Fabrics' Properties, Characteristics, and Garment-Design Potential. London: Thames & Hudson.
23. Kershaw, G. (2013). Patternmaking for Menswear: Classic to Contemporary. London: Laurence King Publishing.
24. Hopkins, J. (2012). Fashion Design: The Complete Guide. Lausanne: AVA Publishing.

8.3 Seminar	**Metode de predare**	**Observaţii**
-	-	-

8.4 Bibliografie

-

8.5 Laborator	**Metode de predare**	**Observaţii**

A. ADN-UL UNUI BRAND VESTIMENTAR – IDENTITATE, VALORI, PUBLIC ȘI DIRECȚIE ESTETICĂ 1. Cercetarea și definirea identității unui brand vestimentar. Analiza comparativă a unor branduri reprezentative și identificarea valorilor, publicului-țintă, poziționării și codurilor estetice. Formularea unei propuneri individuale de brand, însoțită de documentare vizuală, profilul consumatorului și definirea direcției creative. 2. Construirea ADN-ului vizual și stilistic al brandului. Elaborarea unor planșe de identitate vizuală prin selectarea siluetelor, proporțiilor, paletei cromatice, materialelor și detaliilor distinctive. Realizarea unui moodboard și a unor studii grafice care evidențiază coerența dintre valorile brandului și expresia vestimentară. B. COLECȚIE PRÊT-À-PORTER CONTEMPORANĂ – DESIGN PENTRU PRODUCȚIE ȘI UTILIZARE COTIDIANĂ 3. Cercetarea și conceptualizarea unei colecții prêt-à-porter. Identificarea publicului-țintă, a contextului de utilizare și a cerințelor funcționale și comerciale. Analiza tendințelor relevante și selectarea direcției estetice. Realizarea planșelor de documentare, a moodboardului și a primelor variante de produse vestimentare. 4. Dezvoltarea unei mini-colecții prêt-à-porter. Proiectarea unor piese vestimentare complementare, prin experimentarea siluetelor, proporțiilor, cromaticii și materialelor. Selectarea variantelor finale și organizarea unei mini-colecții coerente, cu evidențierea posibilităților constructive și a utilizării cotidiene. C. COLECȚIE CAPSULĂ – COERENȚĂ, VERSATILITATE ȘI GARDEROBĂ LIMITATĂ 5. Proiectarea unei colecții capsulă. Definirea conceptului și a criteriilor de selecție a unui număr limitat de produse vestimentare. Dezvoltarea pieselor complementare și experimentarea combinațiilor de ținute. Realizarea unei planșe care demonstrează versatilitatea, interschimbabilitatea și unitatea stilistică a colecției. D. HAUTE COUTURE – REINTERPRETAREA ELEGANȚEI 6. Cercetarea și dezvoltarea conceptului haute couture. Analiza unor creații reprezentative și identificarea caracteristicilor estetice și constructive ale vestimentației couture. Definirea unui concept propriu de reinterpretare a eleganței, prin studii de siluetă, volum, proporție și referințe artistice sau istorice. 7. Experimentarea materialelor și detaliilor couture. Explorarea materialelor, ornamentelor, broderiilor, aplicațiilor, manipulărilor textile și finisajelor elaborate. Realizarea unor mostre experimentale, studii de detaliu și propuneri vestimentare care valorifică relația dintre expresivitatea artistică și tehnicile de	1. Studiul de caz și analiza comparativă a brandurilor, colecțiilor și produselor vestimentare reprezentative pentru diferite segmente de piață. 2. Cercetarea vizuală și documentarea creativă, prin realizarea moodboardurilor, profilurilor de consumator, planșelor conceptuale și analizelor de tendințe. 3. Demonstrația practică a metodelor de dezvoltare a colecțiilor, de organizare a documentației tehnice și de selecție a materialelor. 4. Exercițiul de proiectare, prin realizarea schițelor vestimentare, dezvoltarea variantelor și structurarea colecțiilor. 5. Experimentarea materială și constructivă, prin realizarea mostrelor, studiilor volumetrice și prototipurilor. 6. Învățarea prin proiect, prin dezvoltarea progresivă a unei identități creative și a unei colecții	1. Activitățile practice sunt corelate cu temele cursului 8.1 și urmăresc dezvoltarea competențelor de proiectare, experimentare și comunicare profesională. 2. Temele sunt organizate ca exerciții aplicative distincte, fiecare urmărind o componentă specifică a practicii profesionale în designul vestimentar. 3. Documentarea va include referințe artistice, culturale, vestimentare și comerciale, cu indicarea surselor utilizate. 4. Proiectele prêt-à-porter vor evidenția relația dintre identitatea creativă, funcționalitate, publicul-țintă și posibilitățile de producție. 5. Colecțiile capsulă vor fi evaluate prin coerența stilistică, complementaritatea produselor și versatilitatea combinațiilor vestimentare. 6. Exercițiile haute couture vor pune accent pe experimentarea materialelor, detaliilor și finisajelor, fără impunerea realizării integrale a unor produse couture. 7. Proiectele streetwear vor integra cercetarea contextului cultural și a comunităților de referință, evitând utilizarea neargumentată a simbolurilor și elementelor identitare. 8. Activitățile de comunicare vizuală vor urmări corelarea dintre produsul vestimentar, styling, fotografie, compoziție editorială și identitatea brandului. 9. Documentația tehnică și prototiparea vor evidenția posibilitățile de transpunere a conceptului în produs, prin verificarea caracteristicilor constructive și funcționale. 10. Colecția finală de autor va integra competențele dobândite prin temele precedente, fără a presupune repetarea integrală a tuturor exercițiilor. 11. Se urmărește dezvoltarea autonomiei creative, a capacității de argumentare și a responsabilității privind selecția materialelor și utilizarea resurselor. 12. Lucrările vor fi evaluate progresiv, prin corecturi individuale și colective, cu respectarea etapelor și termenelor de predare. Surse video recomandate: Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Phoebe English https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-phoebe-english Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Inspired by Gabrielle Chanel https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-inspired-by-gabrielle-chanel Christian Dior – Haute Couture Embroidery Savoir-Faire https://www.youtube.com/watch?v=qE5alpJ-bVo Christian Dior – Haute Couture Tailoring Savoir-Faire https://www.youtube.com/watch?v=p0RSnskKq_M Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Inspired by Christian Dior https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-inspired-by-christian-dior Victoria and Albert Museum – Learning from 'The Master' https://www.vam.ac.uk/articles/learning-from-the-master Victoria and Albert Museum – Fashion in Motion: Inspired by Balenciaga https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-inspired-by-balenciaga Christian Dior – Savoir-faire of the Dior Autumn-Winter 2020–2021 Haute Couture https://www.youtube.com/watch?v=0J8YW9K8qGU

8.6 Bibliografie

1. Seivewright, S. (2018). Research and Design for Fashion. 3rd ed. London: Bloomsbury Visual Arts.
2. Mbonu, E. (2014). Fashion Design Research. London: Laurence King Publishing.
3. Renfrew, E., & Renfrew, C. (2009). Developing a Collection. Lausanne: AVA Publishing.
4. Sorger, R., & Udale, J. (2017). The Fundamentals of Fashion Design. 3rd ed. London: Bloomsbury Visual Arts.
5. Hopkins, J. (2022). Fashion Design: The Complete Guide. 2nd ed. London: Bloomsbury Visual Arts.
6. Faerm, S. (2010). Fashion Design Course: Principles, Practice, and Techniques. London: Thames & Hudson.
7. Abling, B. (2023). Fashion Sketchbook. 8th ed. New York: Fairchild Books / Bloomsbury Publishing.
8. Abling, B., & DaCosta, F. (2017). Fashion Flats and Technical Drawing. New York: Fairchild Books / Bloomsbury Publishing.
9. Kiper, A. (2011). Fashion Illustration: Inspiration and Technique. Newton Abbot: David & Charles.
10. Ireland, P. J. (2008). Fashion Design Drawing Course: Principles, Practice, and Techniques. London: Thames & Hudson.
11. Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). Graphic Design: The New Basics. 2nd ed. New York: Princeton Architectural Press.
12. Joseph-Armstrong, H., & Ashdown, S. P. (2022). Draping for Apparel Design. 4th ed. New York: Fairchild Books / Bloomsbury Publishing.
13. Cole, J., & Czachor, S. (2023). Professional Sewing Techniques for Designers. 3rd ed. New York: Fairchild Books / Bloomsbury Publishing.
14. Aldrich, W. (2015). Metric Pattern Cutting for Women's Wear. 6th ed. Chichester: Wiley-Blackwell.
15. Sarkar, A. K., Johnson, I., & Cohen, A. C. (2023). J.J. Pizzuto's Fabric Science. 12th ed. New York: Fairchild Books / Bloomsbury Publishing.
16. Baugh, G. (2011). The Fashion Designer's Textile Directory: A Guide to Fabrics' Properties, Characteristics, and Garment-Design Potential. London: Thames & Hudson.
17. Shaeffer, C. (2011). Couture Sewing Techniques. Revised and updated ed. Newtown: Taunton Press.
18. Nakamichi, T. (2010). Pattern Magic. London: Laurence King Publishing.
19. Nakamichi, T. (2011). Pattern Magic 2. London: Laurence King Publishing.
20. Lee Rogers, J., & Steen, C. (2024). Technical Sourcebook for Apparel Designers. 4th ed. New York: Fairchild Books / Bloomsbury Publishing.
21. Myers-McDevitt, P. J. (2023). Complete Guide to Size Specification and Technical Design. 4th ed. New York: Fairchild Books / Bloomsbury Publishing.
22. Kershaw, G. (2013). Patternmaking for Menswear: Classic to Contemporary. London: Laurence King Publishing.
23. Fischer, A. (2009). Construction. Lausanne: AVA Publishing.
24. McAssey, J., Benson, S., & Buckley, C. (2022). Fashion Styling. 2nd ed. London: Bloomsbury Visual Arts.
25. Lupton, E. (2017). Design Is Storytelling. New York: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
26. Ambrose, G., & Harris, P. (2011). The Fundamentals of Creative Design. 2nd ed. Lausanne: AVA Publishing.
27. Klanten, R., Ehmann, S., & Schulze, F. (eds.). (2011). Visual Storytelling: Inspiring a New Visual Language. Berlin: Gestalten.

8.7 Proiect	**Metode de predare**	**Observaţii**
-	-	-

8.8 Bibliografie

-

** temele de curs și seminar/laborator trebuie să acopere în întregime obiectivele specifice formulate la secțiunea 7.2.*
** temele abordate la curs și cele de la seminar pot fi proiectate atât în relație de complementaritate, cât și/sau în relație de aprofundare a tematicii.*
** este recomandabil ca elaborarea fișei disciplinei să fie făcută în echipă de către titularul de curs și cel de seminar/laborator, eventual de către toți titularii aceleiași discipline, acolo unde mai multe persoane predau aceiași disciplină.*

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

-

10. Evaluare

Tip activitate	Criterii de evaluare	Metode de evaluare	Pondere din nota finală
10.1 Curs	Capacitatea de înțelegere și aplicare a principiilor de identitate a brandului, dezvoltare a colecțiilor vestimentare, direcție artistică și poziționare pe piață. Capacitatea de analiză critică a colecțiilor prêt-à-porter, haute couture și streetwear, precum și de corelare a conceptului creativ cu cerințele profesionale și comerciale.	Evaluare finală prin prezentarea și argumentarea cunoștințelor teoretice și a aplicațiilor relevante. Testare pe parcursul semestrului, analiză de studii de caz și participare la dezbateri tematice.	30% 20%
10.2 Seminar	-	-	-
10.3 Laborator	Calitatea cercetării și a procesului de proiectare, originalitatea și coerența propunerilor vestimentare, aplicarea principiilor de dezvoltare a colecțiilor, elaborarea documentației tehnice și prezentarea profesională a colecției de autor de 6–8 ținute. Continuitatea și progresul activității practice, autonomia creativă, capacitatea de integrare a feedbackului, respectarea etapelor de lucru și argumentarea deciziilor de proiectare.	Evaluarea temelor practice, a planșelor de proiectare, experimentelor materiale, fișelor tehnice, prototipurilor și colecției finale de autor. Verificare pe parcursul semestrului, corecturi individuale și colective, evaluări intermediare și monitorizarea progresului proiectelor.	30% 20%
10.4 Proiect	-	-	-
10.5 Standard minim de performanţă -			

11. Rezulatele învățării

Cunoștințe: CP1. Elaborează proiecte de specificații pentru proiectare – Cunoaște metodele avansate de cercetare și fundamentare conceptuală, etapele dezvoltării unei colecții de autor și principiile elaborării documentației de proiectare. CP2. Realizează schițe de proiectare – Cunoaște metodele de reprezentare artistică și tehnică a produselor vestimentare, convențiile grafice și strategiile de comunicare vizuală a unei colecții. CP3. Determină caracterul adecvat al materialelor – Cunoaște proprietățile estetice, funcționale și tehnologice ale materialelor textile, precum și criteriile de selecție în raport cu cerințele conceptuale, constructive și de sustenabilitate. CP4. Efectuează cercetare în legătură cu curentele din design – Cunoaște metodele de analiză a tendințelor, a fenomenelor culturale și a direcțiilor artistice contemporane, precum și rolul acestora în definirea unei identități creative proprii. CP10. Proiectează articole de îmbrăcăminte – Cunoaște principiile proiectării integrate a colecțiilor vestimentare, relațiile dintre concept, siluetă, materialitate, construcție și identitate stilistică. CP13. Dezvoltă idei de design în strânsă cooperare cu echipa artistică – Înțelege rolul comunicării interdisciplinare și al colaborării în dezvoltarea, prezentarea și valorificarea proiectelor vestimentare complexe.
Aptitudini: CP1. Elaborează proiecte de specificații pentru proiectare – Elaborează documentații de cercetare și proiectare, definind tema, conceptul, publicul-țintă, direcția stilistică și cerințele funcționale ale unei colecții vestimentare. CP2. Realizează schițe de proiectare – Dezvoltă serii coerente de schițe artistice și tehnice, explorând variante de siluetă, volum, croială, cromatică și detaliu vestimentar. CP3. Determină caracterul adecvat al materialelor – Analizează, selectează și experimentează materiale textile și tehnici de prelucrare, justificând adecvarea acestora la conceptul și funcționalitatea produselor. CP4. Efectuează cercetare în legătură cu curentele din design – Cercetează și interpretează critic tendințe, referințe artistice și contexte culturale, transformând rezultatele documentării în direcții creative originale. CP10. Proiectează articole de îmbrăcăminte – Concepe și dezvoltă o colecție vestimentară de autor, asigurând coerența conceptuală, stilistică, funcțională și constructivă a produselor. CP13. Dezvoltă idei de design în strânsă cooperare cu echipa artistică – Prezintă și argumentează concepte vestimentare, comunică soluții de proiectare și integrează contribuțiile colaboratorilor în dezvoltarea proiectului. CT3. Gândește analitic – Evaluează critic variantele conceptuale și constructive, identifică problemele de proiectare și selectează soluții argumentate din punct de vedere estetic, funcțional și tehnologic.
Responsabilitate și autonomie: CP1. Elaborează proiecte de specificații pentru proiectare – Gestionează autonom etapele cercetării, conceptualizării și proiectării colecției, stabilind priorități și respectând cerințele, resursele și termenele proiectului. CP2. Realizează schițe de proiectare – Își asumă responsabilitatea pentru calitatea, claritatea și coerența documentației grafice și tehnice, urmărind concordanța dintre concept și soluțiile de proiectare. CP3. Determină caracterul adecvat al materialelor – Adoptă decizii argumentate privind selecția materialelor și procedeelor de realizare, ținând cont de performanță, impact asupra mediului și utilizarea responsabilă a resurselor. CP4. Efectuează cercetare în legătură cu curentele din design – Selectează și interpretează independent sursele de documentare, respectând etica profesională, originalitatea creației și drepturile de autor. CP10. Proiectează articole de îmbrăcăminte – Își asumă deciziile conceptuale, estetice și constructive privind dezvoltarea colecției de autor, urmărind unitatea stilistică și fezabilitatea propunerilor. CT1. Adoptă modalități de reducere a poluării – Integrează principii de sustenabilitate în proiectarea vestimentară, prin selecția responsabilă a materialelor, reducerea risipei și evaluarea impactului soluțiilor propuse. CT2. Acceptă feedback-ul – Analizează și integrează constructiv observațiile primite în cadrul corecturilor, revizuind și optimizând documentația și soluțiile de proiectare. CT3. Gândește analitic – Evaluează autonom rezultatele procesului creativ, argumentează selecția soluțiilor finale și identifică direcții de îmbunătățire și dezvoltare a proiectului.

Data completării	**Semnătura titularului de curs**	**Semnătura titularului de seminar**
2026-09-26	**Dr. Ionescu Lacrimioara Simona**	**Dr. Ionescu Lacrimioara Simona**

Data avizării în departament	**Semnătura directorului de departament**
27-09-2026	**Conf. dr. Maria Tămășan**