



Universitatea Tehnică a Moldovei

**PROIECTAREA PERSONALIZATĂ A
PRODUSELOR CU SPRIJIN ÎN TALIE
PENTRU BĂRBAȚI**

Student: gr.DDP-141M

Vîrlan Ina

Conducător:

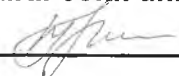
Conf. univ., dr. Irovan Marcela

Chișinău – 2016

Ministerul Educației al Republicii Moldova
Universitatea Tehnică a Moldovei
Facultatea Industria Ușoară
Programul de masterat „Design și Dezvoltare de Produs”

Admis la susținere

Șef de catedră: conf. univ., dr. Irovan Marcela




„15” 01 _____ 2016

PROIECTAREA PERSONALIZATĂ A PRODUSELOR CU SPRIJIN ÎN TALIE PENTRU BĂRBAȚI

Teză de master

Masterand:  (Vîrlan Ina)

Conducător:  (conf.univ.,dr. Irovan Marcela)

Chișinău – 2016

Rezumat

Teza de master cu tema „Proiectarea personalizată a produselor cu sprijin în talie pentru bărbați” abordează problema proiectării personalizate a produselor vestimentare și are ca scop stabilirea principiilor de proiectare constructivă a produselor cu sprijin în talie de tip pantaloni pentru bărbați din grupe de mărimi mari, particularizate pentru purtători cu proeminență abdominală și elaborarea modelelor de pantaloni personalizate pentru purtători cu proeminență abdominală de diverse tipuri morfologice. Teza cuprinde 6 capitole, unde se prezintă rezultatele cercetărilor teoretice și experimentale. În capitolul I se prezintă analiza situației actuale privind proiectarea produselor vestimentare cu sprijin în talie pentru bărbați și metodologiile de proiectare personalizată. Capitolul II cuprinde sinteza informației privind sortimentul produselor cu sprijin în talie de tip pantaloni pentru bărbați, prin prisma istoriei și evoluției acestor tipuri de produse și a tendințelor de dezvoltare a sortimentului. Capitolul III include analiza particularităților conformaționale și antropomorfologice ale tipurilor de bază ale purtătorilor bărbați: proporții, grupe conformaționale, reprezentări grafice ale tipurilor conformaționale. În capitolul IV s-au descris principiile și metodele de proiectare constructivă a produselor de tip pantaloni pentru bărbați, prezentându-se construcții după diverși autori a produselor cu sprijin în talie pentru bărbați. Capitolul V prezintă rezultatele cercetărilor teoretice privind principiile proiectării produselor cu sprijin în talie de tip pantaloni pentru bărbați cu proeminență abdominală. Capitolul 6 include rezultatele experimentale privind proiectarea personalizată a produselor de tip pantaloni pentru bărbați pentru purtători cu proeminență abdominală de diverse tipuri.

Summary

"The projection of clothing products supporting waist for men" is the title of the current Master research. It approaches the problem of clothing items that have to be projected and it has also as purpose to establish the basic elements of the constructive projection of the clothing items supporting waist, namely trousers in big size specific to men with abdominal prominence; the elaboration of trousers models personalized to people with abdominal prominence of different morphological type. This research contains 6 chapters where it is exhibited the results of theoretical and experimental researches.

The first chapter shows the analysis of the current situation in conjunction with the design of clothing products supporting waist for men and design methodologies of personalized design.

Chapter 2 includes the synthesis of information about assortment waist support products for men through the prism of history and evolution of these types of products and the development trends assortment.

Chapter 3 embraces peculiarities of conformational and antropomorphological analysis of the basic types of these people, i.e., proportion, conformational groups, graphical representation of the conformational type.

Chapter 4 describes the principles and the constructive methods design of the pants type products for men, presenting different works by various authors of the clothing products supporting waist for men.

Chapter 5 put forward the theoretical research results about product design principles supporting waist for men.

Chapter 6 includes experimental results on designing customized products, namely trousers for men with abdominal prominence of various types.

Cuprins

Introducere

1. Analiza situației actuale privind proiectarea produselor vestimentare cu sprijin în talie pentru bărbați și metodologiile de proiectare personalizată.....	1
2. Analiza sortimentului produselor cu sprijin în talie de tip pantaloni pentru bărbați.....	7
2.1. Istoria și evoluția produselor cu sprijin în talie de tip pantaloni pentru bărbați.....	8
2.2. Tendințe în dezvoltarea sortimentului produselor cu sprijin în talie de tip pantaloni pentru bărbați.....	10
3. Particularități conformaționale și caracteristici antropomorfoloșice ale grupului de purtători bărbați.....	13
3.1. Caracteristica antropomorfoloșică ale corpului masculin.....	15
3.2. Caracterizarea și reprezentarea grafică a tipurilor morfoloșice reprezentative.....	17
3.3. Particularități conformaționale ale corpurilor bărbați de mărimi mari.....	18
4. Principii și metode de proiectare constructivă a produselor de tip pantaloni pentru bărbați.....	27
4.1. Cerințele impuse aspectului exterior și construcției pantalonilor de stil clasic.....	29
4.2. Particularități în construcția tiparului de bază la produsul pantaloni.....	30
4.3. Metode de proiectare constructivă a produselor de tip pantaloni pentru bărbați.....	31
5. Principiile proiectării produselor cu sprijin în talie de tip pantaloni pentru bărbați cu proeminență abdominală.....	33
5.1. Stabilirea datelor inițiale necesare proiectării constructive a produselor cu sprijin în talie.....	36
5.2. Particularitățile de construcție a pantalonilor de mărimi mari pentru corp cu proeminență abdominală.....	38
6. Elaborarea noilor modele de produse cu sprijin în talie pentru purtători bărbați din grupe de mărimi mari.	
6.1. Caracteristica antropomorfoloșică și conformațională a purtătorilor.....	41
6.2. Proiectarea tiparului de bază a produsului pantaloni de siluetă semi-ajustată pentru bărbați cu proeminență abdominală.....	48
Concluzii.....	62
Bibliografie.....	63