

FASHION 48

فشن ۴۸

Journal

ویژه دانشجویان رشته طراحی لباس

تیرماه ۱۴۰۵ | شماره ۱

تقویم مد و فشن

تیرماه ۱۴۰۵

رویدادها، نمایشگاه‌ها و ماه‌های ویژه
در دنیای مد و هنر

دانشگاه علمی کاربردی

فرهنگ و هنر واحد ۴۸

معرفی دانشگاه و مسیر
برنامه‌های آموزشی و فعالیت‌ها

مصاحبه با مدیر دانشگاه

گفت‌گویی درباره اهداف و دستاوردها

مصاحبه با استاد شکوفی

نگاهی به تجربه و دیدگاه‌های حرفه‌ای

فشن ویک

نقش، مخاطبان و تأثیر آن در صنعت مد

معرفی برند گوچی

تاریخچه، سبک و جایگاه جهانی برند

و مطالب دیگر

مقاله‌ها و بخش‌های متنوع



دانشگاه علمی کاربردی
فرهنگ و هنر
واحد ۴۸ تهران



فهرست مطالب

01

سختن آغازین

کلامی برای آغاز مسیر خلاقیت و آینده

02

تقویم تیرماه

رویدادها و مناسبت‌های دنیای مد

03

معرفی دانشگاه

دانشگاه علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۸

04

مصاحبه با مدیریت

گفت‌وگو با دکتر حسینی، مدیریت دانشگاه

05

مصاحبه با مدیر گروه طراحی لباس

گفت‌وگو با استاد شکوفی، مدیر گروه طراحی لباس

06

معرفی رشته طراحی لباس

مسیر یادگیری، مهارت‌ها و آینده شغلی

09

فشن ویک چیست؟

رویداد جهانی مد و فرهنگ

12

گوچی؛ برند اشرافی

سبک، تاریخچه و جایگاه جهانی

هر رشته‌ای برای رشد و دیده شدن نیاز به فضایی برای بیان ایده‌ها، تجربه‌ها و خلاقیت‌ها دارد. نشریه پیش رو با همین هدف شکل گرفته است؛ فضایی برای معرفی رشته طراحی لباس و پوشاک و آشنایی بیشتر با فعالیت‌ها، توانایی‌ها و دستاوردهای دانشجویان و اساتید این حوزه در دانشگاه علمی کاربردی واحد ۴۸.

طراحی لباس تنها به دوخت و تولید پوشاک محدود نمی‌شود؛ بلکه ترکیبی از هنر، خلاقیت، شناخت فرهنگ و درک نیازهای جامعه است. در این نشریه تلاش کرده‌ایم بخشی از این مسیر را به تصویر بکشیم؛ از معرفی رشته و فضای آموزشی دانشگاه گرفته تا گفت‌وگو با اساتید، تجربه‌های دانشجویان و نگاهی به نمایشگاه‌ها و فعالیت‌های هنری برگزار شده در این مجموعه

امیدواریم این نشریه گامی کوچک در جهت معرفی بهتر رشته طراحی لباس و ایجاد انگیزه برای دانشجویان خلاق باشد و بتواند پلی میان دانش، هنر و تجربه در فضای دانشگاه ایجاد کند. از زحمات تمامی عزیزانی که در گردآوری، ویراستاری و تنظیم این شماره همکاری نموده‌اند، سپاسگزاریم.

این تازه آغاز راه است.

صاحب امتیاز: دانشگاه علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۸

ریاست محترم دانشگاه: جناب آقای دکتر حسینی

استاد ناظر: سرکار خانم صدیقه شکوفی

سردبیر: [ارمغان عبایی]

ویراستار: [حسنا حسینمردی - ریحانه نصرآبادی]

«با آرزوی درخشش برای تمامی طراحان و هنرمندان»

تیم تهیه کننده: انجمن طراحی لباس واحد ۴۸

• نبض تیر ماه؛ تقویم آگاهی و رویدادها

تقویمی برای آگاهی؛ از روزهای جهانی مد تا رویدادهای تخصصی ایران

نگاه جهانی

- ۱ ژوئیه: آغاز ماه «مد بدون پلاستیک»
- ۹ ژوئیه: روز جهانی مد (International Fashion Day)
- تمرکز ماه: مد پایدار (Sustainability)
- منسوجات و پارچه (Textiles)
- فرهنگ استریت استایل (Street Style)
- طراحی دیجیتال (Digital Fashion)

نگاه ملی

- ۵ تیر: روز صنعت پوشاک و نساجی
- ۱۰ تیر: روز پارچه و متریال
- ۱۴ تیر: روز خلاقیت در طراحی لباس
- ۱۸ تیر: روز مد و استایل بومی
- ۲۲ تیر: روز طراحی دیجیتال لباس
- ۲۸ تیر: روز مد پایدار و مسئولانه

تقویم رویدادهای کلیدی؛ جایی که ترندها متولد می‌شوند

• هفته‌های مد (Fashion Weeks)

- برلین (SS27): هفته مد برلین؛ جریان ساز مدرنیته.
- پاریس (FW26-27): اوج هنر کتوتور و طراحی سطح بالا.
- مد مردانه پاریس: پایان فصل و تحلیل استایل‌ها

• بازار و متریال (Trade & Textiles)

- Ideabiella (ایتالیا): میعادگاه جهانی منسوجات.
- Modfabriek (آمستردام): پلتفرم نمایشگاهی مد.
- شانگهای: هفته بازار مد آسیا.
- نیویورک: پیش فصل و بازار تجاری.
- شوروم‌های پاریس: ارائه تخصصی کالکشن‌ها.



واحد ۴۸؛ تلفیق هنر و مهارت

نگاهی به جایگاه مرکز آموزش عالی فرهنگ و هنر واحد ۴۸ تهران در مسیر خلق ایده‌های نو

مرکز علمی کاربردی واحد ۴۸ تهران از سال ۱۳۸۲ با رویکردی مهارتی و پژوهش محور، جایگاه خود را به عنوان یکی از پیشگامان آموزش های هنری تثبیت کرده است. با بهره گیری از حدود ۲۴۰ استاد برجسته و با تکیه بر تجربه تربیت بیش از ۱۷ هزار دانش آموخته موفق، این مرکز اکنون محیطی استاندارد برای شکوفایی استعداد های خلاق است.

در این میان، رشته طراحی لباس به عنوان یکی از ارکان اصلی واحد ۴۸، پیوندی عمیق میان خلاقیت هنری و دانش فنی برقرار کرده است. دانشجویان ما در کارگاه های تخصصی، از مرحله ایده و طراحی اولیه تا الگوسازی و مولاژ، با استانداردهای روز جهانی آشنا شده و مهارت های لازم برای حضور در بازار کار حرفه ای را کسب می کنند. در واحد ۴۸، طراحی لباس تنها یک رشته نیست؛ بلکه دریچه ای است به سوی درک هنر پوشش، مدیریت مد و نوآوری در صنایع خلاق.

ما در واحد ۴۸ بر آنیم تا با تلفیق هنر ایرانی و استانداردهای جهانی، طراحانی را به صنعت مد معرفی کنیم که نه تنها هنرمندانی توانا، بلکه متخصصانی کارآمد در عرصه تولید و برندینگ باشند.

این نشریه، صدای مهارت و تربیون طراحان فرداست. جهت همکاری یا ارسال آثار خود، با انجمن طراحی لباس واحد ۴۸ در ارتباط باشید.

دانشگاه علمی کاربردی فرهنگ
و هنر واحد ۴۸ تهران

فراتر از کلاس؛ چگونه واحد ۴۸ دانشجویان را برای فتح قله‌های صنعت مد آماده می‌کند؟



گفت‌وگویی صریح با مدیر دانشگاه علمی کاربردی واحد ۴۸ درباره مسیر موفقیت، چالش‌های بازار کار و چشم‌انداز آینده طراحان جوان

برنامه‌ی عملیاتی شما برای ورود به بازار کار چیست؟

رسالت ما آموزش مهارت‌محور است. با برگزاری ورکشاپ‌ها، اجرای پروژه‌های واقعی و ارتباط نزدیک با تولیدکنندگان، تلاش می‌کنیم دانشجوی پیش از فارغ‌التحصیلی، فضای واقعی بازار را لمس کند.

۲. چگونه با پیشرفت فناوری مد همگام می‌شوید؟

با بازنگری مستمر سرفصل‌ها و بهره‌گیری از اساتیدی که نبض بازار در دستشان است، آموزش‌هایمان را دائماً به‌روز نگه می‌داریم تا از تکنولوژی روز عقب نمانیم.

۳. دانشجویان چگونه برای شرایط اقتصادی متغیر آماده می‌شوند؟

موفقیت در بازار امروز فراتر از طراحی است. ما با تقویت نگرش کارآفرینانه و برگزاری نمایشگاه‌های دوره‌ای، دانشجویان را برای مدیریت مالی، بازاریابی و برندسازی آماده می‌کنیم.

۴. ویژگی طلایی یک دانشجوی موفق چیست؟

پشتکار، مسئولیت‌پذیری و نترسیدن از شکست. دانشجوی موفق کسی است که شکست را نه پایان راه، بلکه بخشی از مسیر رشد خود می‌داند.

۵. وضعیت امکانات کارگاهی چگونه است؟

با وجود محدودیت فضا، تمام تمرکزمان را بر تجهیز باکیفیت کارگاه‌های تخصصی طراحی و دوخت گذاشته‌ایم تا بستر مناسب برای اجرای عملی آموخته‌ها فراهم باشد.

۶. توقع شما از دانشجویان چیست؟

به مدرک اکتفا نکنید. نظم، اخلاق حرفه‌ای، خلاقیت و تلاشی که فراتر از ساعات کلاس انجام می‌دهید، ضامن آینده شغلی شماست.

۷. انگیزه شما از این مسیر چیست؟

مشاهده موفقیت فارغ‌التحصیلان‌مان به‌عنوان طراحان و مدیران خلاق در دل صنعت، بزرگ‌ترین انگیزه‌ی ماست.

۸. مزیت رقابتی واحد ۴۸ چیست؟

ترکیب سه رکن: «اساتید فعال در صنعت»، «دانشجویان پرتلاش» و «تمرکز بر آموزش‌های کاملاً کاربردی».

۹. توصیه نهایی به دانشجویان جدید؟

یادگیری را به کلاس محدود نکنید. شبکه‌سازی کنید، در انجمن‌ها فعال باشید و از فرصت دوران دانشجویی برای ساختن آینده‌تان بهره ببرید.

وقتی خلاقیت با مهارت همراه می‌شود؛ گفت‌وگو با استاد صدیقه شکوفی



طراحی لباس از نگاه ایشان، فقط دوخت و الگو نیست؛ هنری است که خلاقیت، دانش فنی و شناخت بدن را به هم پیوند می‌دهد.

۱. طراحی لباس را چگونه تعریف می‌کنید؟
طراحی لباس یکی از جذاب‌ترین و در عین حال چالش‌برانگیزترین رشته‌هاست؛ رشته‌ای که هنر، تکنولوژی و مدیریت را در کنار هم قرار می‌دهد.
۲. مهم‌ترین مهارت یک دانشجوی طراحی لباس چیست؟
دانشجوی این رشته باید بداند طراحی لباس با نقاشی متفاوت است. طراح لباس فقط زیبایی را ترسیم نمی‌کند، بلکه باید بداند لباس چگونه روی بدن می‌نشیند و حرکت می‌کند. سه مهارت اصلی در این مسیر ضروری است: نگاه بصری، توانایی فنی در الگو و شناخت درست پارچه و متریال.
۳. تمرکز آموزش باید بر خلاقیت باشد یا تولید؟
بی‌تردید بر خلاقیت هنری؛ چون بدون ایده، دانش و تجربه، تولید و تجارت معنا پیدا نمی‌کند.
۴. موفقیت را در جشنواره‌ها می‌بینید یا در کارآفرینی؟
این دو در برابر هم نیستند، بلکه مکمل یکدیگرند. جشنواره‌ها اعتبار و دیده‌شدن می‌آورند، و کسب‌وکار، مسیر رشد و درآمد را هموار می‌کند. یک طراح موفق به هر دو نیاز دارد.
۵. توصیه شما به دانشجویان تازه‌وارد چیست؟
علاقه، صبر و پشتکار مهم‌ترین سرمایه‌های این مسیرند. تمرین مداوم، کار گروهی و تقویت مهارت‌هایی مثل رنگ‌شناسی، الگوسازی، دوخت و حتی زبان انگلیسی، راه را برای موفقیت هموارتر می‌کند.
۶. فضای طراحی لباس در دانشگاه را چگونه می‌بینید؟
خوشبختانه دانشگاه از اساتید باتجربه و دلسوز و دانشجویان توانمند برخوردار است. موفقیت‌های به‌دست‌آمده در جشنواره‌ها، نتیجه همین همراهی و تلاش جمعی است.
۷. دانشجویان در طول تحصیل چه مهارت‌هایی کسب می‌کنند؟
از رسم الگوهای پایه تا لباس شب و مجلسی، از دوخت‌های تزئینی تا طراحی فیگور، رنگ‌شناسی، پارچه‌شناسی، خلاقیت و کار گروهی؛ این‌ها بخشی از مهارت‌هایی است که دانشجویان در طول تحصیل می‌آموزند.
۸. مهم‌ترین ویژگی شما از نگاه دانشجویان چیست؟
شاید بهتر باشد این سؤال را از خود دانشجویان پرسید. فقط می‌دانم بهترین لحظه‌های زندگی‌ام زمانی است که در کنار آن‌ها هستم و تدریس می‌کنم. امیدوارم آینده این جوانان هنرمند، روشن و آرام باشد.

مد؛ زبان خاموشِ انسانِ مدرن

مد چیزی فراتر از پارچه و سوزن است؛ مد، آینده‌ای است که جامعه در آن دیده می‌شود. ما در «واحد ۴۸» بر این باوریم که هر لباسی که طراحی می‌شود، حامل یک پیام است. از روانشناسی رنگ‌ها که بر خلق و خوی ما اثر می‌گذارد تا مهندسی بافت که راحتی و کارایی را معنا می‌کند.

شاید تصور عمومی این باشد که طراحی لباس تنها هنر ترکیب پارچه‌هاست، اما در دنیای واقعی، این رشته «مهندسی هویت» است. هر لباسی که بر تن می‌کنیم، داستانی را درباره‌ی سبک زندگی، باورها و جایگاه اجتماعی ما روایت می‌کند. امروز، صنعت مد یکی از پیشران‌های اقتصادِ خلاقِ جهان است؛ حوزه‌ای که در آن هنرِ خالص با تکنولوژیِ روز گره خورده است.

• شاخه‌های تخصصی (رشته‌ها به چه بخش‌هایی تقسیم می‌شود؟)

- طراحی مفهومی (Concept Design): خلق ایده‌هایی که قرار است ترندهای سال آینده را تعیین کنند.
- مهندسی الگوسازی (Pattern Engineering): جایی که ریاضیات و هندسه برای رسیدن به بهترین تن‌خور (Fit) به خدمت گرفته می‌شوند.
- تکنولوژی نساجی و مواد (Fashion Tech): مطالعه‌ی پارچه‌های هوشمند و پایدار؛ حوزه‌ای که آینده‌ی مد سبز را می‌سازد.
- مدیریت برند و استایلینگ: هنرِ چیدمانِ تصویرِ یک فرد یا برند در ذهن مخاطب.



نقشه‌ی راه؛ جهان در جستجوی طراحانِ خلاق

• فراتر از مرزها؛ نبضِ مد کجا می‌تپد؟

صنعت مد، امروز به یکی از گسترده‌ترین و پویاترین حوزه‌های خلاق جهان تبدیل شده است. طراح لباس دیگر فقط در یک کارگاه یا مزون فعالیت نمی‌کند، بلکه می‌تواند در شهرها و کشورهای حضور داشته باشد که هرکدام نقش مهمی در شکل‌گیری جریان‌های مد، تولید پوشاک و نوآوری‌های این صنعت دارند.

• مراکز اصلی

پاریس

پاریس یکی از مهم‌ترین پایتخت‌های مد جهان است؛ شهری که طراحی‌های لوکس، دوخت‌های سفارشی و خانه‌های مد بزرگ در آن جایگاه ویژه‌ای دارند. حضور در این فضا برای هر طراح، به معنای آشنایی با بالاترین سطح خلاقیت و ظرافت در طراحی لباس است.

میلان

میلان را می‌توان مرکز تلفیق هنر، صنعت و کیفیت دانست. بسیاری از برندهای معتبر دنیا در این شهر فعالیت می‌کنند و طراحان لباس در آن با فضای حرفه‌ای تولید، طراحی کالکشن و مدیریت مد آشنا می‌شوند.

نیویورک

نیویورک نماد سرعت، تنوع و نگاه تجاری در صنعت مد است. در این شهر، طراحی لباس با بازار، رسانه، تبلیغات و سبک زندگی پیوندی عمیق دارد. بسیاری از فرصت‌های شغلی در حوزه استایلینگ، برندینگ و مد آماده در این فضا شکل می‌گیرد.



لندن

لندن بیشتر به خلاقیت، جسارت و نوآوری شناخته می‌شود. بسیاری از طراحان جوان و ایده‌پرداز، این شهر را به‌عنوان بستری برای ارائه طرح‌های متفاوت و آینده‌نگر انتخاب می‌کنند. لندن فضایی مناسب برای تجربه‌گرایی و شکل‌گیری نگاه‌های تازه در مد است.



استانبول

استانبول یکی از قطب‌های مهم مد و پوشاک در منطقه است. این شهر به دلیل پیوند میان فرهنگ شرقی و استانداردهای جهانی، در زمینه طراحی، تولید و صادرات پوشاک جایگاه ویژه‌ای دارد و برای طراحان منطقه، فرصتی ارزشمند برای ورود به بازار حرفه‌ای به شمار می‌رود.



تهران

تهران نیز به‌عنوان یکی از مراکز مهم طراحی و تولید پوشاک در ایران، ظرفیت بالایی برای فعالیت طراحان لباس دارد. مزون‌ها، برندهای نوپا، کارگاه‌های تولیدی، نمایشگاه‌ها و رویدادهای تخصصی، زمینه‌ای را فراهم می‌کنند تا دانش‌آموختگان این رشته بتوانند ایده‌های خود را در بازار واقعی تجربه و عرضه کنند.



• فشن ویک؛ جایی که ترندها تصمیم گیری می‌شوند

بسیاری از افراد فشن ویک را رویدادی برای نمایش لباس‌های جدید به مشتریان می‌دانند؛ اما واقعیت بسیار فراتر از این تصور است. فشن ویک در حقیقت قلب تپنده صنعت مد و محلی برای تصمیم‌سازی درباره آینده بازار، رسانه و فرهنگ پوشش است. آنچه امروز روی Runway دیده می‌شود، فردا می‌تواند به ترند جهانی، ویتترین فروشگاه‌ها و حتی بخشی از سبک زندگی مردم تبدیل شود.



چه کسانی در ردیف اول نشسته‌اند؟

خریداران فروشگاه‌ها (Buyers)

مهم‌ترین بازیگران اقتصادی فشن ویک. آن‌ها تصمیم می‌گیرند کدام طراحی‌ها وارد تولید انبوه شوند و به بازار راه پیدا کنند. بسیاری از لباس‌هایی که روی Runway دیده می‌شوند، تنها در صورت تأیید این گروه به دست مصرف‌کنندگان می‌رسند.

رسانه‌ها و سردبیران مد

رسانه‌ها نقش مترجم فشن ویک را ایفا می‌کنند. آن‌ها ارائه‌های هنری طراحان را به روایت‌های قابل فهم برای مخاطبان تبدیل کرده و ترندهای آینده را شکل می‌دهند.



استایلیست‌ها و مشاوران تصویر

استایلیست‌ها حلقه اتصال میان مد و جامعه هستند. آن‌ها با استفاده از طراحی‌ها در پروژه‌های تبلیغاتی، سینمایی و هنری، لباس را از صحنه نمایش به زندگی واقعی منتقل می‌کنند.

مدیران خرید و ریتلرها

این گروه به جای انتخاب یک محصول، چشم‌انداز کلی بازار را بررسی می‌کنند. انتخاب آن‌ها مشخص می‌کند کدام رنگ‌ها، فرم‌ها و سبک‌ها در فصل آینده سهم بیشتری از بازار خواهند داشت.

FASHION WEEK

منتقدان و تحلیلگران مد

منتقدان تنها به زیبایی لباس‌ها نگاه نمی‌کنند؛ بلکه نوآوری، مفهوم، هویت برند و تأثیر فرهنگی آثار را ارزیابی می‌کنند. تحلیل آن‌ها می‌تواند جایگاه یک کالکشن را تثبیت یا به چالش بکشد.

سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرها

در عصر شبکه‌های اجتماعی، دیده‌شدن بخشی از موفقیت یک برند است. حضور چهره‌های شناخته‌شده باعث می‌شود پیام یک کالکشن در زمانی کوتاه به میلیون‌ها نفر در سراسر جهان برسد.

تیم‌های روابط عمومی و برندینگ

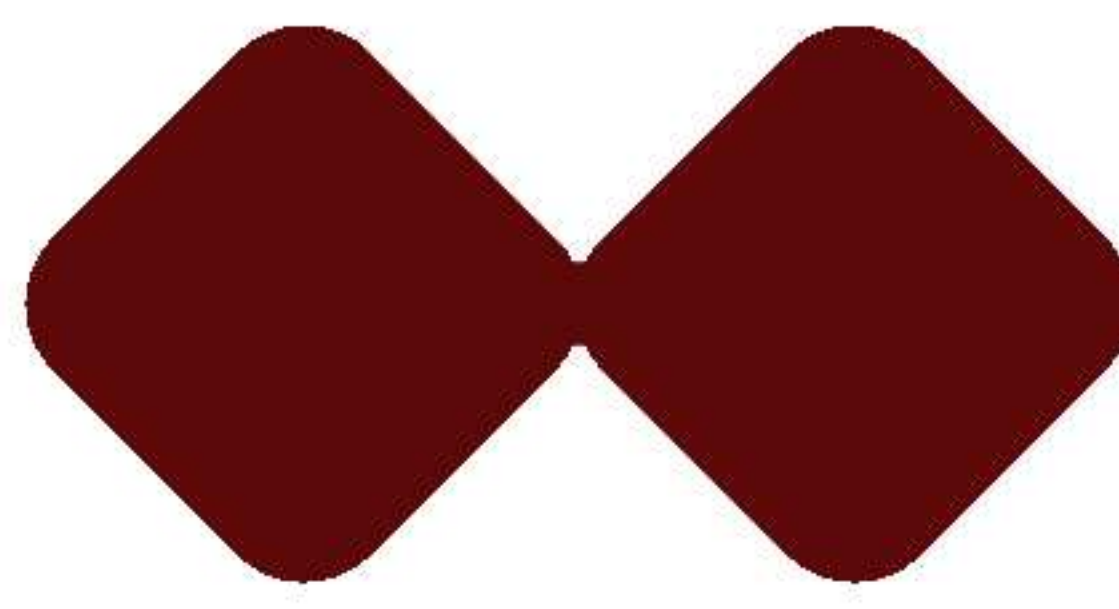
از انتخاب مهمانان تا مدیریت پوشش رسانه‌ای، همه چیز زیر نظر تیم‌های روابط عمومی انجام می‌شود. آن‌ها روایت برند را هدایت کرده و نحوه دیده‌شدن آن را کنترل می‌کنند.

عکاسان و مدیران هنری

بخش مهمی از حافظه تاریخی مد توسط این گروه ثبت می‌شود. تصاویری که از فشن‌ویک منتشر می‌شوند، هویت بصری برندها را برای رسانه‌ها و آرشیو صنعت مد ماندگار می‌کنند.







• گوچی؛ از کارگاه چرم فلورانس تا بیانیه‌ی فرهنگ مدرن

از میراث چرم فلورانس تا بازتعریف مفهوم لوکس در مد جهانی

«گوچی» روایتگر تاریخ مد ایتالیاست؛ داستانی از یک کارگاه کوچک چرم در فلورانس ۱۹۲۱ تا تبدیل شدن به یکی از تأثیرگذارترین خانه‌های مد جهان. بررسی مسیر این برند، درس بزرگی برای هر طراح لباسی است: چگونه می‌توان سنت را با مدرنیته ترکیب کرد؟

• ریشه‌های اشرافی (۱۹۲۱ - ۱۹۵۰)

گوچیو گوچی، با الهام از سبک زندگی اشرافی لندن، کار خود را با تولید چرم باکیفیت آغاز کرد. در دوران کمبود منابع پس از جنگ، با ابداع «کیف بامبو»، گوچی نشان داد که محدودیت، مادر خلاقیت در طراحی است.

• نقطه عطف: عصر تام فورد

دهه‌های ۷۰ و ۸۰ برای گوچی دوران بحران بود. اما در دهه ۹۰، تام فورد با معرفی سبک "Sexy Minimalism" گوچی را از یک برند کلاسیک به یک نماد جنجالی و مدرن تبدیل کرد که نبض بازار جهانی را به دست گرفت.

• از ماکسیمالیسم تا هویت جنسیتی

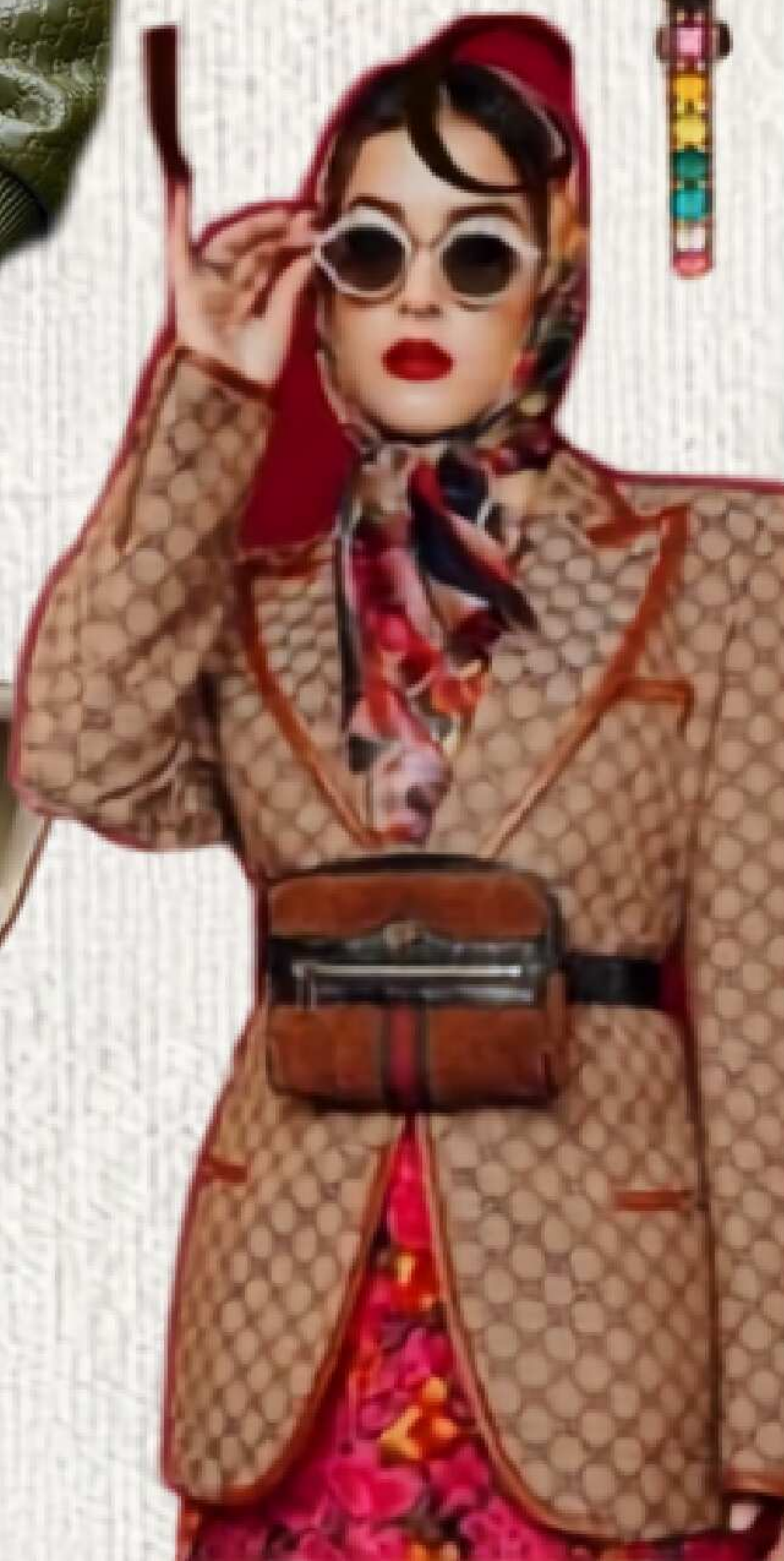
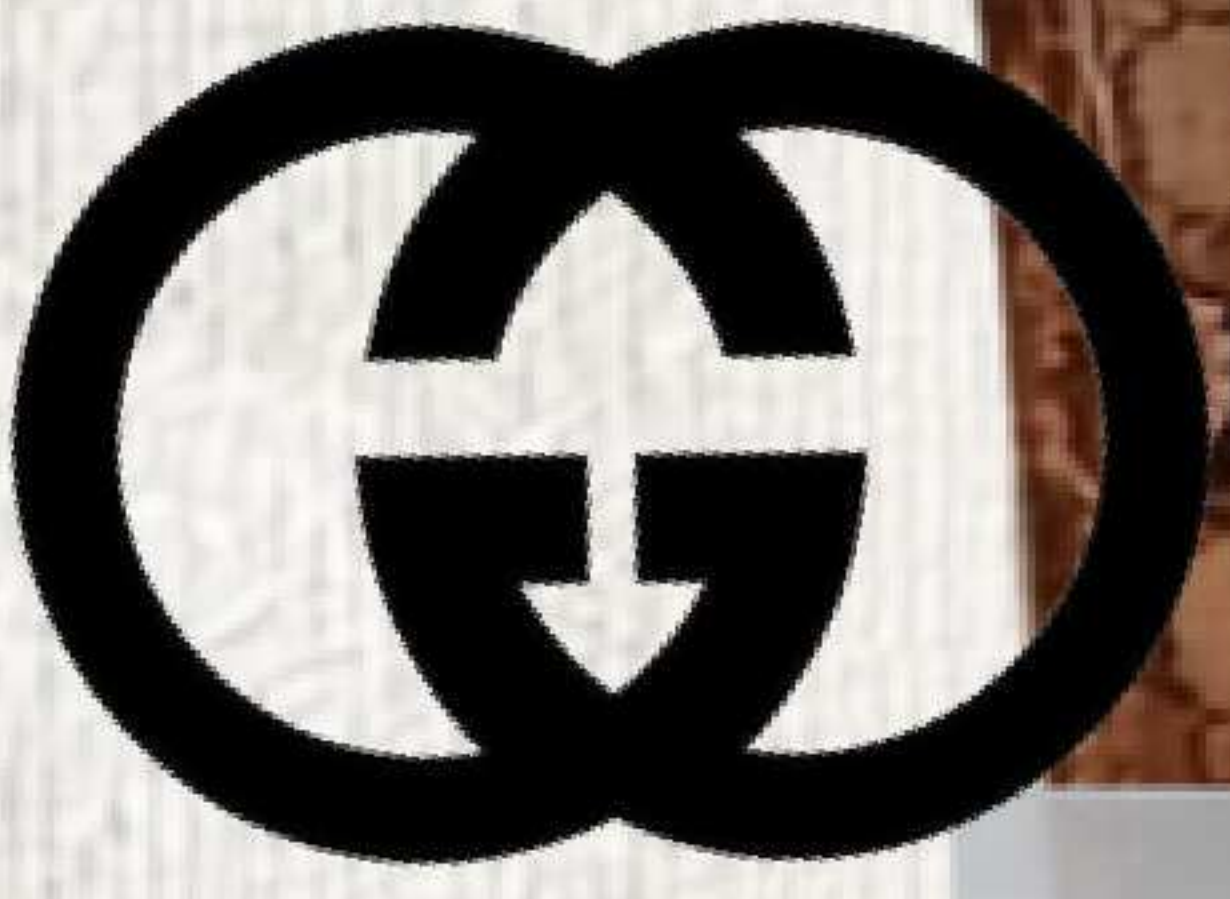
با ورود الساندرو میشل، گوچی وارد عصر ماکسیمالیسم شد؛ عصری که در آن مرزهای زنانه و مردانه کمرنگ شدند و مد، از لباس به یک «بیانیه فرهنگی» برای بیان هویت فردی تبدیل گشت.

آنچه گوچی را به اسطوره‌ای در دنیای مد تبدیل کرد

گوچی ماندگار شد، زیرا تنها به تولید محصول بسنده نکرد؛ بلکه برای خود هویتی روشن، متمایز و اثرگذار ساخت. این برند با تکیه بر میراث ایتالیایی، جسارت در طراحی و توانایی بازآفرینی در دوره‌های مختلف، نشان داد که موفقیت در دنیای مد فقط به زیبایی ظاهری وابسته نیست، بلکه به قدرت اندیشه، استمرار و شناخت زمانه بستگی دارد. گوچی نمونه‌ای روشن از برندی است که توانست از یک نام تجاری فراتر برود و به اسطوره‌ای در فرهنگ مدرن تبدیل شود.

GUCCI

GUCCI





دانشگاه علمی کاربردی
فرهنگ و هنر واحد ۴۸

انجمن طراحی لباس ۴۸

فصل نو، نگاه نو

مجله تخصصی مد و طراحی لباس

این شماره حاصل تلاش دانشجویان خلاق و علاقه‌مند رشته طراحی لباس ۴۸ در دانشگاه علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۸ است. در این مجله، به بررسی ترندهای روز، رویدادهای مهم صنعت مد، مصاحبه‌های تخصصی و مطالب الهام‌بخش پرداخته‌ایم تا پلی میان دانش، هنر و دنیای مد ایجاد کنیم.

با سپاس

از تمامی اساتید، دانشجویان و همراهانی که در تهیه و تولید این مجله ما را یاری کردند، صمیمانه سپاسگزاریم.

با آرزوی روزهایی سرشار از خلاقیت و موفقیت

انجمن طراحی لباس ۴۸

FASHION
DESIGN
CREATIVITY
THE FUTURE

